

TRABAJO FIN DE MÁSTER

UNIVERSIDAD DE CÁDIZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN



*INSTRUMENTOS DE ANÁLISIS DE LA SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN
LAS COMUNIDADES LITORALES ESPAÑOLAS:
PROPUESTA DE UN SISTEMA DE INDICADORES PARA SU GESTIÓN
INTEGRADA*

Autora: Gema Ramírez Guerrero

Tutores: Manuel Arcila Garrido
Javier García Sanabria

*Máster en Dirección Turística
Presentación: septiembre, 2016*

ÍNDICE

1. SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL LITORAL.....	5
1.1. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN	5
1.2. METODOLOGÍA	8
1.3. SOSTENIBILIDAD COMO CONCEPTO.....	9
1.4. MODELO DE GESTIÓN SOSTENIBLE PARA EL TURISMO EN LAS ÁREAS LITORALES.....	11
2. UNA APROXIMACIÓN A LA MEDIDA DE LA SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA: EL USO DE INDICADORES	13
2.1. ¿POR QUÉ MEDIR EL TURISMO SOSTENIBLE?	14
2.2. CONCEPTO Y FUNCIONES DE LOS INDICADORES.....	15
2.3. CRITERIOS PARA LA SELECCIÓN DE INDICADORES	17
2.4. LIMITACIONES DEL SISTEMA DE INDICADORES.....	18
3. PROPUESTA DE INDICADORES.....	19
3.1. TEMAS CLAVES DEL SISTEMA DE INDICADORES	21
4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS POR CC. AA.	25
4.1. PRESIÓN DEL TERRITORIO	25
4.2. OFERTA TURÍSTICA.....	29
4.3. PRESIÓN HUMANA.....	31
4.4. MEDIO AMBIENTE.....	36
4.5. IMPACTO ECONÓMICO	40
5. ANDALUCÍA: MODELO Y GESTIÓN DEL TURISMO	43
5.1. EL LITORAL ANDALUZ COMO RECURSO TURÍSTICO.....	44
5.2. TURISMO SOSTENIBLE EN ANDALUCÍA: CONTEXTO.....	47
5.3. METAS DEL TURISMO EN ANDALUCÍA (IG1)	49
5.3.1. <i>Estatuto de Autonomía de Andalucía</i>	51
5.3.2. <i>Ley 13/2011 del 23 de diciembre, de Turismo de Andalucía</i>	52
5.3.3. <i>Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía, Horizonte 2020 (2014-2020)</i>	53
5.4. ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO DE LA POLÍTICA TURÍSTICA EN ANDALUCÍA (IG2).....	55
5.4.1. <i>Líneas estratégicas del IV Pacto Andaluz por el Turismo</i>	56
5.4.2. <i>Estructura competencial</i>	58
5.4.3. <i>Estrategias del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía, Horizonte 2020 ...</i>	60
5.5. INSTRUMENTOS PARA LA GESTIÓN TURÍSTICA EN ANDALUCÍA (IG3)	65
5.5.1. <i>Principales instrumentos transversales para la gestión turística en Andalucía</i>	65
5.5.2. <i>Principales instrumentos sectoriales para la gestión turística en Andalucía</i>	67
5.5.3. <i>Sistema de Indicadores de Desarrollo Turístico Sostenible para Andalucía</i>	68
5.6. RECURSOS PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EN ANDALUCÍA (IG4)	72
6. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS.....	75
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	81
ANEXO	87

RESUMEN:

El crecimiento azul se ha convertido en una prioridad fundamental para la Unión Europea como se puede observar en diversos documentos publicados en esta década (Comisión Europea, 2014a; Comisión Europea, 2014b; Comisión Europea, 2014c; Parlamento Europeo, 2015; Conecturmed, 2104). En todos ellos se afirma la necesidad de un nuevo modelo turístico que se fundamente en los principios de sostenibilidad ambiental, económica, cultural y social. Por ello, y aprovechando la publicación del Sistema de Indicadores de Desarrollo Turístico Sostenible para Andalucía (Consejería de Turismo y Comercio, 2015), se pretende analizar la gestión turística de las Comunidades Autónomas litorales de España. Este análisis se realizará con la selección de indicadores de territorio, calidad, diversificación y medio ambiente. Será posible observar cómo influye el turismo en determinados aspectos de cada una de las CC.AA. del litoral español. Finalmente, con los resultados obtenidos, se procederá a analizar una de las CC. AA. más afectadas por el turismo. Por último, el reto con el que se enfrentan estas Comunidades Autónomas es la transformación de un modelo maduro de turismo de sol y playa por un modelo turístico que podríamos denominar turismo azul, que incluya e integre todos los recursos existentes en las zonas costeras reflejados en el patrimonio natural y cultural.

Palabras clave: Turismo sostenible, Desarrollo local, Indicadores, Instrumentos estratégicos, Planificación.

ABSTRACT:

Blue Growth has become a basic priority for the European Union as you can see in different official documents published this decade (Comisión Europea, 2014a; Comisión Europea, 2014b; Comisión Europea, 2014c; Parlamento Europeo, 2015; Conecturmed, 2104). In all of these, it states the need for a new touristic model, based in environmental, economic, cultural and social sustainability principles. Therefore and taking advantage of the publication of a sustainable tourism development indicator's system for Andalucía (Consejería de Turismo y Deporte, 2016) it intends to analyse the Spanish coastal tourist regions management. This review will be completed selecting indicators of territory, quality, diversification and environment. It can be observed how tourism influences specific aspects of each Spanish coastal regions. Finally, with the results obtained, will be analyse one of more affected region from tourism.

Lastly, the challenge that these autonomous regions face is the transformation from a sun and beach mature tourism model to a newly named blue tourism, including and integrating all existing natural and cultural resources preserved in coastal areas.

Keywords: Sustainable tourism, Local development, Indicators, Estrategic tools, Planning.

1. SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN EL LITORAL

1.1. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN

La OMT constata año tras año la importancia del turismo como una gran industria, un importante mecanismo que beneficia el desarrollo en diversas áreas. Este desarrollo se ve potenciado en las zonas costeras, siendo, hoy por hoy, zonas de vital relevancia para la actividad turística y donde el turismo de sol y playa es el segmento que genera el mayor flujo de turistas a una escala internacional (*Vera et. al., 2001*).

España representa la tercera potencia turística mundial por ingresos de divisas y la segunda por número de visitantes (Foro Económico Mundial. FEM, 2015). En el litoral español, las buenas condiciones climatológicas y las infraestructuras turísticas de las que disponen, hacen que sea uno de los principales elementos de reclamo de España, con más de 256 millones de pernoctaciones al año y una entrada de más de 58 millones de turistas en 2014¹. (*Instituto de Estudios Turísticos. IET*) No es de extrañar, pues, que la OMT pronostique una llegada de 75 millones de turistas extranjeros para el año 2020, ocupando el cuarto lugar del mundo como destino turístico, después de China, EE.UU. y Francia, y por encima de países como Italia, Reino Unido, México, Rusia y la República Checa.

Asimismo, teniendo en cuenta que uno de los principales reclamos turísticos de España es el tradicional “sol y playa” y siendo un país eminentemente costero², las predicciones de la OMT se vislumbran cuanto menos alarmantes si no se establece un nuevo modelo de gestión del turismo. Esto es debido, principalmente, a que el crecimiento de la actividad turística que se viene dando desde los últimos años no genera únicamente resultados positivos, sino que también provoca una, cada vez mayor, concentración en la estrecha franja litoral, degradando a gran velocidad los ricos e importantes ecosistemas en ella presentes.

El turismo masivo de “sol y playa”, cuyo proceso descansa, básicamente, en un ciclo de transporte y estancia, origina efectos ambientales negativos (Tabla 1.1.1), derivados de los desplazamientos a los destinos turísticos (de carácter muy estacional) y de la concentración de la oferta en el territorio del litoral español, lo que ha provocado la degradación de los frágiles recursos ambientales costeros. (*Vera y Marchena, 1996*)

¹ Últimos datos actualizados.

² Dispone de 7.841 km de longitud de costa. Representando las CC. AA. costeras el 43% de la superficie total de España. Instituto Geográfico Nacional)

Por otra parte, además del impacto ambiental que ocasiona este modelo turístico, también genera problemas relacionados con la congestión de aeropuertos, colapso en los servicios de abastecimiento eléctrico y de agua y baja calidad en los servicios prestados (al incorporar de forma masiva mano de obra sin cualificar).

Resulta, por tanto, necesario prever y reducir los impactos causados por la masificación de infraestructuras turísticas, así como de urbanizaciones en el litoral, reducir el consumo de los recursos naturales y la contaminación provocada por la actividad turística. (Rivas y Magadán, 2011)

Tabla 1.1.1 Problemas Ambientales Generados por el Turismo

CICLO DE TURISMO	PROBLEMAS AMBIENTALES	INCIDENCIA EN EL MEDIO AMBIENTE
CICLO DE TRANSPORTE	Ocupación de espacios valiosos para infraestructuras	Consumo de recursos renovables escasos
	Impacto de las infraestructuras sobre la naturaleza	
	Consumo de combustibles de transporte	Consumo de recursos no renovables escasos
	Consumo de materiales y recursos financieros e infraestructuras	
	Emisiones contaminantes producidas por el transporte (CO ₂ , SO ₂ , ...)	Emisiones con efectos en problemas globales claves
CICLO DE ESTANCIA	Ocupación de espacios valiosos para ocupaciones turísticas	Consumo de recursos renovables y culturales escasos y valiosos
	Presión sobre el patrimonio natural/cultural. Mutaciones en el medio físico y el paisaje (crisis de ecosistemas, desertificación, incendios). Impacto en el medio hídrico. Impacto en el medio natural modificado por el hombre.	
	Consumo de materiales y recursos financieros por infraestructuras y equipamientos turísticos.	Emisiones contaminantes
	Emisiones contaminantes al aire Emisiones contaminantes al agua	

Fuente: Vera y Marchena (1996)

Asimismo, urge una transformación del actual modelo turístico que incluya a todos y cada uno de los recursos existentes en las áreas litorales, o lo que podría denominarse, un modelo de turismo azul. Dicho modelo integraría agentes de distintos sectores, tales como el hotelero, cultural, náutico o incluso la propia población local, formando parte de un conjunto donde los recursos de la zona costera se aprecien en su totalidad. Este nuevo modelo turístico se convertiría en una atractiva herramienta de desarrollo sostenible, donde prosperidad económica, equidad social y conservación medioambiental van de la mano, revitalizando la oferta turística y “generando retornos suficientes para mantener un alto valor añadido” en el destino. (*PNIT. Plan Nacional Integral de Turismo, 2012-2015*)

La política turística, desde una perspectiva holística, debe considerar la sostenibilidad en el turismo como una estrategia necesaria para la búsqueda de un equilibrio dinámico. Todo un desafío a nivel nacional que debe hallar la manera de gestionar el litoral sin menoscabar la prosperidad actual y futura, permitiendo la satisfacción de los turistas, y que, al mismo tiempo, garantice el cuidado del medio ambiente, favoreciendo un uso sostenible de los recursos costeros y un reparto justo y equitativo de los beneficios con la población local. Este cambio de paradigma, no obstante, exige igualmente un equilibrio entre los objetivos a corto y a largo plazo. Un equilibrio que debe implementar los procesos de toma de decisiones y las actuaciones relativas al uso de los recursos necesarios para alcanzar el escenario deseado. (*Pulido y Sánchez, 2007*)

Por otra parte, en los últimos cuarenta años, con el proceso de descentralización del Estado, se exige una reflexión en otro nivel de escala territorial, pues las Comunidades Autónomas son las principales encargadas en la toma de decisiones sobre frágiles ecosistemas como es la costa, de ahí que el presente estudio tenga un enfoque orientado al análisis de la gestión del turismo en las áreas litorales a una escala regional.

Para poder entender el impacto que genera el turismo en la costa de las diferentes Comunidades Autónomas del litoral español y la gestión turística que allí se lleva a cabo, es de vital importancia disponer de información relativa a la actividad turística actual, que permita, a través de un sistema de indicadores, medir y comparar los resultados obtenidos. Se trata de disponer de testigos de la evolución y la consecuencia de objetivos concretos de planificación. No obstante, parece ser que aún siendo una herramienta fundamental, y a pesar de los avances que se han producido en la última década en la construcción de indicadores, los resultados obtenidos son aún parciales, no habiéndose conseguido un acuerdo respecto a una lista de indicadores universales que asegure, además, la posibilidad de comparar los

esfuerzos realizados en materia de sostenibilidad por cada destino turístico, permitiendo una gestión integrada y sostenible del turismo en las áreas litorales de España.

De este modo, en el presente trabajo, se plantean los siguientes objetivos:

- Creación de una metodología que permita una aproximación a la medida de la sostenibilidad turística a través de un sistema de indicadores.
- Realizar un análisis con los resultados obtenidos de dicho sistema de indicadores.
- Analizar el modelo de gestión que se lleva a cabo en una de las Comunidades Autónomas costeras con mayor impacto por turismo de España.

1.2. METODOLOGÍA

Para poder lograr los objetivos planteados, se pretende realizar una investigación de carácter exploratorio basada en la búsqueda cuantitativa y cualitativa.

Para la propuesta del sistema de indicadores, se han tenido en cuenta los siguientes documentos: Sistema de Indicadores de Desarrollo Sostenible del Turismo para Andalucía, el Sistema Europeo de Indicadores Turísticos para Destinos Sostenibles (2013) y el Sistema Español de Indicadores Ambientales de Turismo (2003).

Por otra parte, la información requerida se ha obtenido a través de diferentes fuentes: Comisión Europea 2014a, Comisión Europea 2014b, Comisión Europea 2014c, Parlamento Europeo 2015 y Conecturmed, entre otras. En la actualidad, la información del sector turístico a nivel nacional se centraliza en torno a dos organismos públicos. Por una parte, el Instituto de Estudios Turísticos (IET), organismo dependiente del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, el cual centra su investigación en la demanda turística, y por otro, el Instituto Nacional de Estadística (INE) que cuenta con una larga trayectoria en el análisis de indicadores de actividad de la oferta turística y dependiente del Ministerio de Economía y Competitividad. Cabe mencionar, por último, al Instituto Geográfico Nacional (IGN), el cual ha sido fundamental para la obtención de datos referentes a la geografía española.

Una vez obtenida la información, se ha procedido a clasificarla para facilitar su posterior análisis y realizar, así, una propuesta de indicadores dividida en diferentes temáticas: presión del territorio, oferta turística, presión humana, medio ambiente e impacto económico. Dicha propuesta busca, por tanto, acercarse a una realidad compleja mediante la agregación de la información parcial que ofrece cada uno de los indicadores, siendo capaz de conseguir una visión holística de cada CC. AA. que integra el litoral español.

Tras los resultados de los indicadores, se considera necesario conocer el funcionamiento del sistema de gestión del turismo en Andalucía, siendo una de las Comunidades Autónomas más afectadas por el turismo.

Dicho de otro modo, cómo se van a organizar y con qué estrategias se plantean alcanzar las metas definidas, si se tiene en cuenta un diagnóstico previo y si se solucionan problemas detectados con anterioridad. Para analizar cómo el organismo encargado persigue las metas establecidas, se deberán conocer los instrumentos operativos con los que cuenta, así como los recursos para su correcto desarrollo e implementación. Todo ello conforma una metodología que ha servido de base, para en capítulos posteriores, proceder con el análisis estratégico del sistema turístico de la comunidad seleccionada y analizar, a su vez, si dicho sistema persigue un modelo de turismo sostenible.

1.3. SOSTENIBILIDAD COMO CONCEPTO

El interés científico por un desarrollo equilibrado y respetuoso con los recursos de los que disponemos aparece a finales del siglo XVII con autores como Petty, Hume o Cantillon, quienes plantearon la posibilidad de establecer una relación armoniosa entre el ser humano y la naturaleza. A partir de la década de los setenta se produce un importante cambio de actitud de los economistas respecto a las cuestiones ambientales. El Informe Meadows (1972), junto con la crisis del petróleo (1973), ponen de manifiesto los problemas a los que se enfrenta el modelo de crecimiento económico ilimitado, sirviendo como punto de inflexión en el discurso económico reinante hasta entonces. (*Pulido y Sánchez, 2008*)

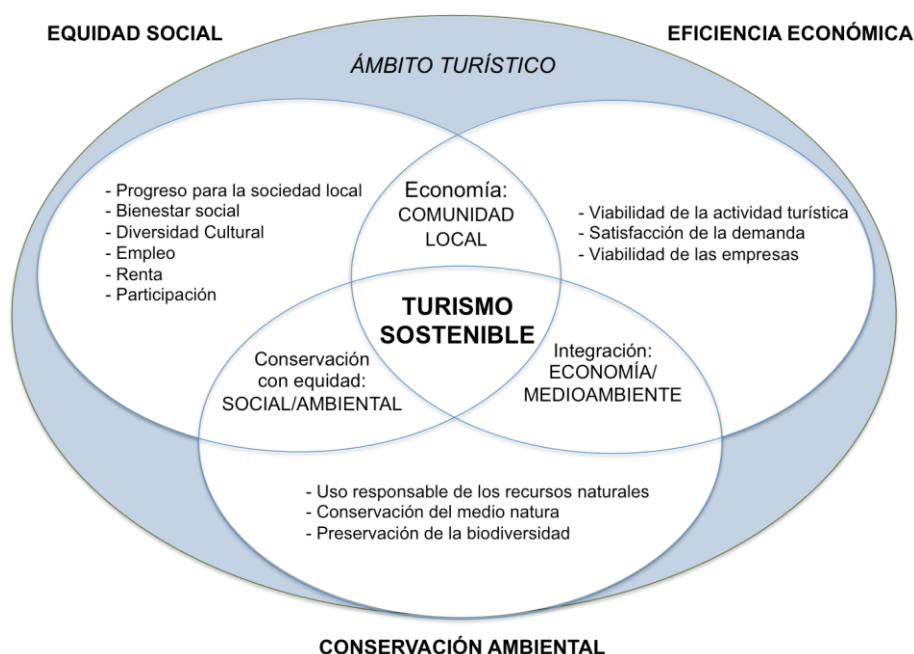
Sin embargo, el concepto de turismo sostenible no adquiere mayor protagonismo hasta la Agenda 21, plan acordado en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo (Río de Janeiro, 1992), donde aparece una nueva etapa generada por una, cada vez mayor, preocupación por los problemas medioambientales, especialmente en sociedades industrializadas, debido al agotamiento de los recursos naturales como consecuencia del consumo desmedido derivado del desarrollismo de los años sesenta.

Con respecto al turismo, el concepto de sostenibilidad aparece más recientemente en trabajos académicos como los de Budowski (1976), Cohen (1978) o Krippendorf (1978), por mencionar algunos y, para el caso español, los análisis de Gaviria (1976) o Jurdao (1979).

Gracias a los citados autores así como a diversos documentos o declaraciones aprobados con carácter oficial por las distintas instituciones a lo largo de los años, se ha podido recopilar la mayor parte de las definiciones de turismo sostenible.

Cada una de ellas coinciden en la importancia de considerar los procesos de desarrollo turístico sostenible desde una perspectiva integral que incluyan las tres dimensiones expuestas a continuación:

Figura 1.3.1 Modelo Conceptual del Turismo Sostenible



Fuente: Elaboración propia a partir de Ivars et al. (2001)

Es así como el concepto de turismo sostenible, entendido como el *desarrollo en el que el turismo es promovido y mantenido en un área (comunidad y entorno) en una forma y a una escala tal que puede permanecer siendo viable por un período indefinido, al mismo tiempo que no altera el medio ambiente (humano y físico) en el cual se desenvuelve de modo que no impide el desarrollo y bienestar de otras actividades y procesos* (Butler, 1993) ya no únicamente se ha consolidado en un ámbito científico, sino que se ha convertido en una pieza habitual en el discurso o debate sobre la gestión de los destinos turísticos. Sin embargo, en buena parte de los casos, los resultados reales siguen siendo a día de hoy bastante pobres, siendo los avances muy poco significativos. No se llega a crear una compilación de políticas eficaces que sean capaces de garantizar que el aprovechamiento productivo del turismo sea compatible con la conservación y protección del patrimonio cultural y natural del territorio donde se desarrolla la actividad, con un modelo de gestión que permita la concienciación y participación de la sociedad.

La sostenibilidad no es una estrategia *per se*, sino que implica un cambio de paradigma en la gestión turística que garantice una mejora de la calidad de vida de la comunidad local, así como la experiencia de los visitantes, y que reconozca la limitación de los recursos de los que se disponen, tomando medidas para reducir el consumo material que eleva los costes ambientales, culturales y sociales, sin que ello conlleve a un decrecimiento de la actividad o pérdida de eficacia. (Valls, 2004)

Alcanzar un sistema de gestión orientado al turismo sostenible en el litoral español es, por tanto, un reto de gran magnitud, que supone no solo transformar la inercia de actuación, sino también un cambio de rumbo en los principios y modelos sobre los que se basa la gestión público-privada. Para ello se requiere, en consecuencia, un equilibrio entre los objetivos a corto y largo plazo, con la certeza de que dará como resultado todo tipo de beneficios con un uso responsable de los recursos.

1.4. MODELO DE GESTIÓN SOSTENIBLE PARA EL TURISMO EN LAS ÁREAS LITORALES.

En torno a la sostenibilidad, anteriormente definida, y debido a la alta afluencia de turistas que se da año tras año en las áreas litorales de España, y tratándose, además, de un entorno especialmente vulnerable, se considera crucial justificar la importancia de una correcta gestión que garantice la sostenibilidad en las áreas litorales, permitiendo un correcto desarrollo del turismo, fomentando la participación activa de la población residente y haciendo posible la conservación y protección de los recursos naturales adyacentes a la costa. Para ello, cabe plantear, en primer lugar, los motivos por los cuales se necesita una correcta gestión y, posteriormente, los beneficios derivados que se obtendrían de la misma. (Barragán, 2003)

En cuanto a las necesidades, se deben principalmente por:

- Una elevada población en las áreas costeras con respecto a los territorios de interior.
- Llegada masiva de turistas en épocas concretas del año.
- Existencia de hábitats críticos.
- Existencia de importantes recursos culturales y naturales.
- Fragilidad y vulnerabilidad de las áreas costeras.
- Incompatibilidad entre las diferentes actividades humanas que aquí se dan.

Por otra parte, los beneficios que se obtienen de una gestión sostenible del turismo serían los siguientes (Barragán, 2003 y OMT, 2004):

- Sostenibilidad en el desarrollo, es decir, garantiza el desarrollo de la actividad turística a largo plazo.
- Contribuye a conservar hábitats y especies.
- Fomenta la participación de la población local (acceso a los residentes a los principales recursos turísticos, toma de conciencia, sensibilización...)
- Aporta una distribución más equitativa de los beneficios que reporta el turismo. Crea empleo de calidad.
- Control de las actividades turísticas para evitar el deterioro de los recursos.
- Correcto funcionamiento en aspectos sanitarios de la seguridad en el destino.
- Evita pérdidas innecesarias a los usuarios de esos mismos recursos.
- Permite hacer un uso más eficiente de los equipamientos e infraestructuras.

Además de ser necesario por los diferentes beneficios que reporta y las urgentes necesidades que se derivan del estado general de los principales destinos de “sol y playa”, una correcta gestión para el turismo basada en los criterios de sostenibilidad es igualmente importante como estrategia de competitividad y concienciación, permitiendo trasladar, tanto a la población residente como a los visitantes, la importancia de la conservación y protección de los recursos culturales y naturales existentes en el destino, con el fin de alcanzar un turismo de calidad³.

➤ *La importancia de la ordenación del territorio y gestión integrada de las áreas litorales*

Tanto el territorio como el medio ambiente pueden ser en sí mismos recursos turísticos. La transformación de estos recursos en productos turísticos, puede cambiar notoriamente el paisaje, así como la morfología territorial. Por lo tanto, es necesario regular el territorio y planificación con una adecuada gestión.

Entendiendo por gestión integrada de las áreas litorales como “*un proceso dinámico, continuo e iterativo destinado a promover el desarrollo sostenible de las áreas litorales mediante la integración de políticas, objetivos, estrategias y planes sectoriales en el espacio y el tiempo y la integración de los componentes terrestres y marinos del litoral*”, (Chica, Pérez-Cayeiro y Barragán, 2008) se puede apreciar la importancia de su aplicación y necesidad imperiosa de establecerlo en territorios de gran vulnerabilidad como es la costa.

³ Por turismo de calidad se entiende aquella actividad turística que no únicamente implica una relación proporcional calidad/precio en las prestaciones turísticas, sino también una ordenación adecuada del sector en el marco general del territorio.

En el escenario turístico del litoral, en el cual se generan cambios constantemente, se demanda de la misma manera, cambios en su planificación, de forma que sean capaces de adaptarse y responder a la mayor brevedad posible a los problemas y necesidades anteriormente citados.

La ordenación del territorio resulta imprescindible, por tanto, para garantizar un funcionamiento integrado y racional del espacio, así como para optimizar los beneficios en la puesta en marcha de dinámicas económicas, como puede ser el turismo.

En la actividad turística, la ordenación del territorio de los espacios turísticos, mediante instrumentos de planificación y procesos de gestión, es la consecuencia de la necesidad de introducir criterios de racionalidad y principios de sostenibilidad en la transformación del territorio que inducen al desarrollo del turismo, en la utilización de los recursos naturales y culturales que lo sustentan y en la cualificación del entorno en el que se integra la actividad. *(Barrado y Ávila, 2010)*

La ausencia, por otra parte, de planificación es la causa de desequilibrios socioeconómicos, territoriales y ambientales, a diferentes escalas, que pueden llegar a comprometer la viabilidad futura del turismo como actividad. *(Vera e Ivars, 2003)*

La gestión de las áreas litorales conlleva una serie de principios básicos entre los que destacan la equidad social, la compatibilidad ecológica, la viabilidad económica y la coherencia espacial, así como la permanencia en el tiempo de los recursos litorales.

En definitiva, en los destinos turísticos litorales no únicamente es necesaria una ordenación y gestión integrada del territorio, sino que es urgente. La alta presión humana a la que se encuentra sometido el territorio, el deterioro del espacio debido a la alta fragilidad y vulnerabilidad propias de las áreas costeras, así lo demuestran.

2. UNA APROXIMACIÓN A LA MEDIDA DE LA SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA: EL USO DE INDICADORES

La literatura científica coincide en que uno de los principales problemas para conseguir un modelo de turismo sostenible es, precisamente, la dificultad para medir el nivel de sostenibilidad alcanzado por cada destino turístico, lo que ralentiza la toma de decisiones en los procesos de gestión, así como la adecuación de estas decisiones a las necesidades particulares del territorio gestionado.

A partir de los años noventa comienzan a aparecer diferentes autores que, preocupados por dichos impactos, analizan la importancia de definir y contribuir en el diseño de marcos operativos que garanticen una evaluación tangible de la sostenibilidad de diferentes proyectos o modelos turísticos. Estos marcos operativos, denominados “indicadores” comienzan a ser definidos y debatidos en numerosas ocasiones, ya no únicamente por determinadas limitaciones en cuanto a la interpretación de los datos, sino también por la necesidad de crear un sistema de indicadores que permita dilucidar posibles diagnósticos.

2.1. ¿POR QUÉ MEDIR EL TURISMO SOSTENIBLE?

En un entorno convulso y cada vez más competitivo, los destinos turísticos están obligados a adaptarse continuamente, cambiar sus propuestas y posicionamiento con el fin de incrementar el valor dado desde la oferta y así mejorar la experiencia del visitante. Para conseguirlo, el destino debe tener previamente un diagnóstico de su situación real (demanda, oferta, etc.). Dicho diagnóstico se basa en la catalogación de información, ya no únicamente para la creación de un diagnóstico del destino sino también para poder controlar, evaluar resultados, determinar desviaciones y reorientar, si fuera necesario, las políticas turísticas.

Una correcta política turística debe dotarse de sistemas de indicadores actuales, dinámicos e interrelacionados que ofrezcan una visión de conjunto integral del destino, pues la política turística no se compone de actuaciones estáticas, sino que se desenvuelven en un constante proceso de adaptación al entorno, por lo que además de un diagnóstico, se precisa control y evaluación de los resultados. En este contexto, gobiernos, organismos públicos y universidades deben realizar diferentes propuestas.

Es así como el análisis y la medición de la sostenibilidad en los destinos turísticos, se ha convertido en una pieza clave para la investigación en turismo, especialmente, debido a su aplicabilidad real al desarrollo turístico de los territorios y a convertirse en un elemento crucial para el futuro de los diferentes destinos. (*Sánchez y Pulido, 2008*) Si a ello se une el hecho de que, según diferentes previsiones e indicadores, el turismo se consolidará como primera industria mundial en el siglo XXI, parece evidente la importancia de profundizar en el estudio de los factores claves de la sostenibilidad turística.

Por otra parte, cabe destacar la importancia del uso de mecanismos que permitan medir la sostenibilidad debido a que aún, en la actualidad, según la literatura científica (*Bass, 2007*), parece que persisten las principales causas de insostenibilidad a nivel mundial:

- El crecimiento económico sigue siendo un principio inquebrantable, por encima de los derechos y el bienestar de las personas y del umbral de carga ambiental.
- Los beneficios y los costes ambientales son externalizados⁴.
- La gente con escasos recursos es marginada y las injusticias sociales relegadas a un segundo plano.
- Los actuales modelos de gobernanza no están diseñados para interiorizar factores ambientales, afrontar injusticias sociales o desarrollar modelos económicos de convergencia hacia el desarrollo sostenible.

Para afrontar los diferentes retos, la OMT plantea la importancia de realizar un mayor esfuerzo para adaptar los conocimientos metodológicos y tecnológicos existentes al contexto específico de cada territorio y dotar a todas las partes involucradas e interesadas en el desarrollo turístico, así como las administraciones públicas (especialmente las locales) y las empresas turísticas, de mecanismos adecuados para la supervisión del cumplimiento de los criterios de sostenibilidad establecidos. Es, por tanto, fundamental la disposición de un marco operativo y accesible que ayude a los gestores de destino a conocer en todo momento y de manera sistemática, accesible y objetiva el alcance de los objetivos de sostenibilidad planteados, respecto al desarrollo turístico de dicho territorio; objetivos que, por otra parte, deberán ser flexibles para adaptarse a posibles cambios dados en el territorio, ya sea en el comportamiento turístico o en las preferencias locales. (*Sánchez y Pulido, 2008*)

Por tanto, y en consecuencia, se convierte en objetivo principal para cualquier destino turístico, disponer de herramientas que permitan la medición del nivel de sostenibilidad alcanzado por su proceso de desarrollo turístico, con el fin de verificar el comportamiento favorable o desfavorable de su modelo de desarrollo según estos principios y adoptar los cambios necesarios en caso de no alcanzar los objetivos propuestos.

Como requisito fundamental para poder contextualizar el presente trabajo, se considera oportuno definir y analizar el concepto y la función de los indicadores como instrumentos de gestión.

2.2. CONCEPTO Y FUNCIONES DE LOS INDICADORES

No han sido pocos los autores que han definido el concepto de indicador. Entre ellos, y para apreciar la evolución del concepto, se han elegido los más destacados:

⁴ Entendiéndose como externalidad, aquellos efectos negativos/positivos de la producción o consumo de algunos agentes sobre la producción o consumo de otros, por los cuales no se realiza ningún pago o compensación.

Tabla 2.2.1 Definiciones Concepto “Indicador”

AÑO	DEFINICIÓN. INDICADOR
1993	<p>Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE): OECD core set of indicators for environmental performance reviews. Environment Monographs n. 83. París.</p> <p><i>“Variables que ofrecen información sintética sobre determinados fenómenos o espacios gracias a la concesión de un valor suplementario que amplía la significación del parámetro individualmente considerado”.</i></p>
1995	<p>Organización Mundial del Turismo (OMT). <i>Lo que todo gestor turístico debe saber. Guía práctica para el desarrollo y uso de indicadores de turismo sostenible</i>, OMT. Madrid.</p> <p><i>“Aquel instrumento cuantitativo y sintético que facilitaría el análisis y evaluación de la información de manera que, junto a cualquier otro tipo de instrumentos, los actores decisores reduzcan la probabilidad de adoptar inadvertidamente decisiones desafortunadas”</i></p>
2000	<p>Castell, C. “Los programas de seguimiento ecológico en espacios naturales protegidos”. En AA.VV.: <i>Actas del 5º Congreso EUROPARC España</i>, Fundación Fernando González Bernáldez. Madrid, pp. 30-36</p> <p><i>“Variable o relación de variables (índices) de cuya medición se pueden obtener referencias ciertas sobre la evolución del sistema en que está inmersa. Las variables indicadoras son aquellas sensibles a cambios y tendencias de origen natural o humano, incluyendo el manejo”.</i></p>
2001	<p>Ministerio de Medio Ambiente. <i>Sistema español de indicadores ambientales de turismo</i>. Madrid.</p> <p><i>“Variable que ha sido socialmente dotada de un significado añadido al derivado de su propia configuración científica, con el fin de reflejar de forma sintética una preocupación social con respecto al medio ambiente e insertada coherentemente en el proceso de toma de decisiones”.</i></p>

Fuente: Elaboración propia a partir de diferentes autores

En definitiva, los indicadores actúan como testigos de la evolución y obtención de objetivos concretos de planificación, siempre y cuando se identifiquen los más adecuados para cada destino, de modo que permita analizar su evolución de forma periódica y que además sea posible comprobar si las medidas aplicadas son las adecuadas y si se alcanzan las metas anteriormente establecidas.

Asimismo, según la OCDE (1997), las tres funciones básicas de los indicadores deben ser:

- La simplificación, representar empíricamente la realidad.
- La cuantificación, medir cuantitativamente el fenómeno a representar.
- La comunicación, transmitir la información referente al objeto de estudio.

A su vez, también pueden clasificarse entre indicadores objetivos (cuantificables de forma exacta) e indicadores subjetivos o cualitativos (información basada en percepciones subjetivas de la realidad pocas veces cuantificables).

Parece ser que, a través de las diferentes definiciones (tabla 2.2.1), los indicadores se han circunscrito a grupos específicos con una temática concreta. Siendo los siguientes:

- Indicadores económicos, que por transposición del campo económico general, observan cierto desarrollo bastante más aventajado que el resto.
- Indicadores sociales, aunque dirigidos más hacia los visitantes y actividades de ocio.
- Indicadores medioambientales, donde adquirieron mayor importancia desde la cumbre de Río de Janeiro (1992), fomentando un profundo movimiento investigador.

La perspectiva que brinda cada uno de los diferentes grupos aislados pudiera no ser la idónea para generar una visión global en torno a una gestión integral del destino. Asimismo, y a pesar de ser requisito fundamental para una correcta gestión del destino turístico, parece no existir un sistema de indicadores que permita medir el turismo sostenible en su totalidad⁵.

A continuación, y para entender el proceso en la selección de indicadores, se tratarán los diferentes criterios que se han tenido en cuenta, así como las limitaciones encontradas en su aplicación.

2.3. CRITERIOS PARA LA SELECCIÓN DE INDICADORES

En primer lugar y en cuanto a los criterios de selección, cabe mencionar que la utilidad y credibilidad de los indicadores está condicionada a la posibilidad de verificar los resultados obtenidos a partir de fuentes fiables e identificadas de forma explícita. Según Atauri, De Lucio y Castell (2002), “en el diseño de sistemas de indicadores se corre el riesgo de proponer listas exhaustivas (...), es necesario proceder a una selección de los mismos, de modo que se obtenga un número reducido que maximice la información y minimice el coste”. Por tanto, el conjunto de indicadores debe estar organizado en un marco lógico que dé coherencia al conjunto, ayude a su inteligibilidad y facilite su comunicación (*Ministerio de Medio Ambiente, 2000*).

⁵ Teniendo en cuenta las dimensiones anteriormente mencionadas en la figura 1.2. “Modelo conceptual de turismo sostenible”.

Por otra parte, es igualmente importante tener en cuenta los siguientes requisitos mínimos en la selección y construcción de indicadores:

- Ser accesible y fácilmente medible. Existencia de suficiente información.
- Ser útil para el entorno.
- Tener un gran valor atribuido (cultural, sociopolítico, medioambiental y económico).
- Ser flexible. Susceptible a cambios.
- Requisitos tecnológicos modestos.
- Variables fácilmente entendibles.
- Seguimiento. Mejoramiento continuo.
- Ser de respuesta rápida.
- Ser poco ambiguo.
- Validez en el tiempo
- Participación de los usuarios
- Benchmarking. Conocer el entorno e implementar lo aprendido.

Estos criterios de gran utilidad han sido los mínimos exigibles en la elaboración de la propuesta de indicadores, no obstante, a lo largo del estudio, dicha propuesta se ha visto afectada por diferentes limitaciones.

2.4. LIMITACIONES DEL SISTEMA DE INDICADORES

La experiencia en el desarrollo del sistema de indicadores, ha puesto de relieve determinadas necesidades que deben afrontarse. Esto representa todo un reto para poder mejorar en el futuro, pues de otra forma no se podrá crear un sistema útil para la toma de decisiones adecuadas con el objetivo final de planificar un desarrollo sostenible en el turismo del litoral español.

A continuación se describen las diferentes dificultades encontradas en el presente estudio:

1. En primer lugar, los indicadores permiten acercar una realidad compleja a través de determinada información pero sin la posibilidad de realizar una medición exacta y precisa. Lo cual puede llevar a que una medición sea tan imprecisa que su relación causa-efecto sea discutible.
2. En segundo lugar, y relacionado con la anterior dificultad, en ocasiones se pretende recoger aspectos que son difícilmente medibles debido a la falta de claridad y transparencia en determinados documentos públicos, además de las debidas restricciones causadas por la falta de actualizaciones de la información y de datos

homogéneos para todo el Estado. Las fuentes de información disponibles y las necesidades de generación de la misma son determinantes en un sistema de indicadores donde el rigor y precisión en las fuentes, de las que se nutre el sistema, determina la fiabilidad del mismo.

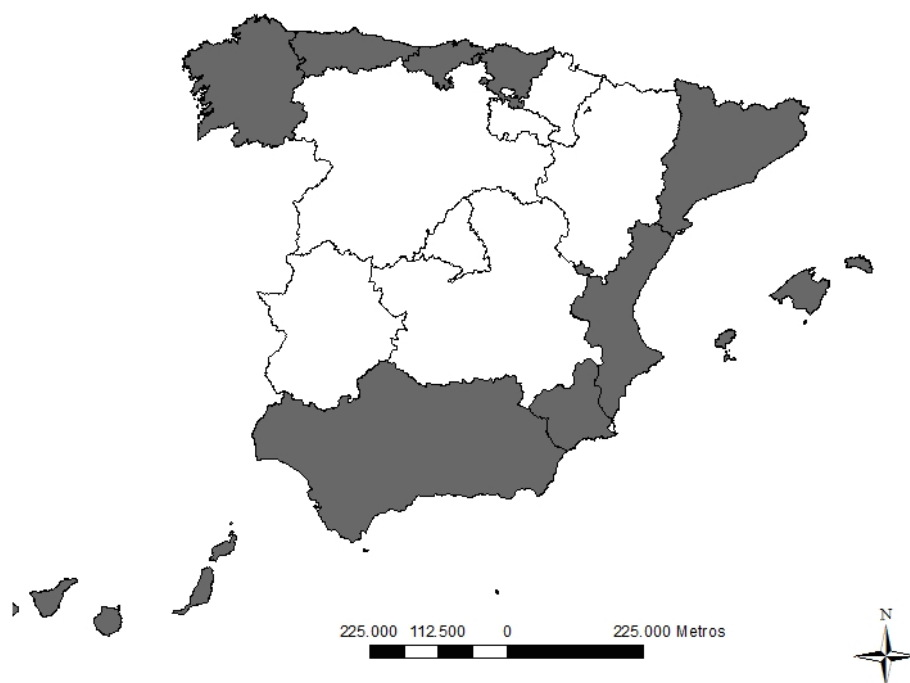
Por otra parte, especialmente difícil resulta la búsqueda de información en diferentes escalas territoriales, siendo un gran desafío encontrar información a escala local. El conocimiento del destino desde un punto de vista local, aporta un valor crucial para poder identificar los principales intereses y preocupaciones de los destinos. Y aunque en algunos casos sí se ha podido acceder a información por municipios, la accesibilidad de información no resulta homogénea para todo el territorio nacional, siendo la falta más significativa de datos la relacionada con variables medioambientales (consumo de agua, CO₂, generación de residuos, etc.)

3. Por último, aunque los indicadores propuestos permiten una visión global del impacto del turismo en las regiones costeras de España, no se llega a cubrir una visión integral al faltar un área clave sobre gobernanza, donde incluirían temas como la planificación turística y seguimiento, implicación, participación y satisfacción de la ciudadanía con el desarrollo del turismo en su localidad, partidas presupuestarias destinadas a la inversión turística y medioambiente, etc.

3. PROPUESTA DE INDICADORES

Para proceder con la propuesta de indicadores, es necesario realizar una primera precisión, como es delimitar las diferentes Comunidades Autónomas que conforman el área de estudio. A nivel general y a modo de introducción al análisis, resulta necesario señalar que el litoral español consta de 8 Comunidades Autónomas peninsulares, siendo Andalucía, Murcia, Comunidad Valenciana, Cataluña, País Vasco, Cantabria, Asturias y Galicia, además del archipiélago Balear y Canario. Asimismo, cuenta con 25 provincias y 473 municipios costeros.

Figura 3.1 Comunidad Autónomas incluidas en el análisis



Fuente: Elaboración propia

A continuación se muestra una tabla con los datos sobre la superficie terrestre (km²) y la longitud de costa (km):

Tabla 3.1 Dimensiones del litoral mediterráneo español

<i>CC. AA.</i>	<i>Superficie terrestre (km²)</i>	<i>Longitud de costa (km)</i>	<i>Núm. de municipios costeros</i>
Andalucía	87.628	910	63
Asturias	10.582	401	20
Baleares	5.038	1.428	39
Canarias	7.739	1583	81
Cantabria	5.321	284	27
Cataluña	32.186	699	70
Galicia	29711	1498	73
Murcia	11.369	274	8
País Vasco	7.244	246	35
Valencia	23.240	518	57
CC. AA. COSTERAS	220.058	7.841	473
ESPAÑA	505.998		

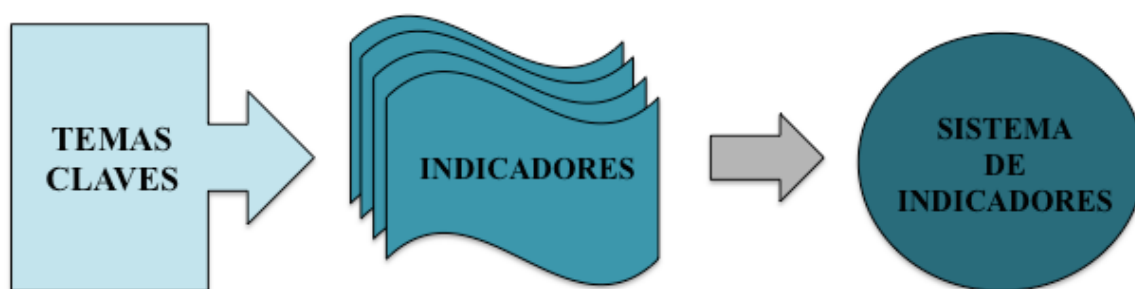
Fuente: Instituto de Geografía Nacional (IGN)

En cuanto a las características del territorio, con casi 8000 km de costa, el litoral español es considerado como una zona estratégica, debido a la variedad y singularidad de los ecosistemas que confluyen en éste ámbito, donde comprenden valores paisajísticos, educativos y socioeconómicos de gran importancia.

3.1. Temas claves del sistema de indicadores

Con el fin de realizar un sistema de indicadores que englobe los diferentes aspectos relacionados con la sostenibilidad en el turismo, se ha pretendido elegir aquellos indicadores de carácter general, correspondiendo cada uno de ellos a una temática específica. Se trata de una clasificación que requiere innumerables matices pero es útil para contextualizar el presente trabajo.

Figura 3.1.1 Proceso de elaboración de sistema de indicadores



Fuente: Elaboración propia

Los temas claves sobre los cuales se fundamentan cada uno de los indicadores son los siguientes:

1. Presión del territorio. La presión ejercida por el fenómeno, principalmente, urbano está ligada a la presión demográfica, junto con el consumo de recursos, como el uso del suelo y la disponibilidad de infraestructuras. La presión demográfica que se mide en el sistema de indicadores muestra una relevancia básica para el análisis y seguimiento de los diferentes aspectos de la sostenibilidad.
2. Oferta turística. La oferta turística, como factor clave para medir el peso del turismo sobre el territorio, pretende medir la relevancia del sector hotelero en las diferentes Comunidades Autónomas costeras.
3. Presión humana. Los indicadores orientados a la medición de la presión humana, establecen valores que miden la presión a la que se encuentran sometidos, por una parte, la población residente y, por otra, los visitantes.

4. Medio ambiente. Los indicadores que se han incluido para medir el impacto sobre el medio ambiente se han visto afectados por la escasez de información, tal y como se mencionó con anterioridad, no obstante, se pretende medir de manera sencilla a través de indicadores orientados a la calidad de la costa y a los residuos atribuibles al turismo
5. Impacto económico. Siendo uno de las prioridades más habituales para los organismos públicos y determinados agentes turísticos, (igualmente importante para la perdurabilidad en el tiempo de la actividad turística), se incluye uno de los indicadores con mayor resultado directo a la población residente del territorio, como es el empleo turístico.

Cabe mencionar la intención de incluir un indicador sobre el PIB turístico alcanzado a una escala regional, pero las innumerables negativas por parte de los diferentes institutos estadísticos regionales por la falta de datos, no lo ha hecho posible.

A continuación se muestra la propuesta de indicadores y su aplicación:

Tabla 3.1.1 Propuesta de indicadores

SISTEMA DE INDICADORES		
<i>TEMAS CLAVES</i>	<i>INDICADORES</i>	<i>DESCRIPCIÓN</i>
1. Presión del territorio	Porcentaje de la superficie de los municipios costeros en las provincias costeras de la CC. AA. (%)	Municipios costeros / Superficie Total provincias costeras de la CC. AA. * 100
	Superficie de la costa en relación al total de la CC. AA.	Longitud de la costa CC. AA. (Km) / Superficie Total CC. AA. (Km ²) * 100
	Presión en el precio de las viviendas	Precio metro cuadrado de suelo urbano.
2. Oferta turística	Número de plazas turísticas existentes en las provincias costeras por cada Km ²	Plazas turísticas / Km ² provincias costeras
	Número de plazas en los municipios costeros con respecto a los municipios de interior	(Plazas turísticas MC / Km ² MC) – (Plazas turísticas MI / Km ² MI) MC: Municipios costeros MI: Municipios de interior

	Pernoctaciones no regladas respecto al total de pernoctaciones	(Pernoctaciones no regladas/Total pernoctaciones) *100
3. Presión humana	Turistas por cada Km ² de la CC. AA.	Número de turistas / Superficie CC. AA. (Km ²)
	Turistas por cada habitante en provincias costeras	Número de turistas / Habitantes de municipios costeros
	Residentes	Población municipios costeros / Población total en provincias costeras
	Turistas y residentes	Población + PTE / Superficie Total CC. AA. (Km ²) PTE: Población Turística Equivalente
4. Medio ambiente	Calidad de los servicios en la costa	(Número de Banderas Azules / Total Playas CC. AA.) * 100
	Residuos solidos atribuibles al turismo (%)	[(RUT/Población) - (RUT/Población + PTE)] / (RUT/Población) * 100 RUT: Residuos Urbanos Totales PTE: Población Turística Equivalente
5. Impacto Económico	Empleo turístico (%)	(Población ocupada en el sector turístico / Total población ocupada) * 100

Fuentes: Elaboración propia a partir del Sistema español de Indicadores Ambientales de turismo (2003). Sistema de Indicadores de Desarrollo Turístico Sostenible para Andalucía (2015). Sistema Europeo de Indicadores Turísticos para Destinos Sostenibles (2013)

De este modo, y asegurando la imparcialidad y objetividad de los indicadores propuestos, se procederá a la aplicación de los mismos, lo que permitirá conocer el estado de la actividad turística en las diferentes CC. AA. costeras de España.

A continuación, (tabla 3.1.2) se muestra la aplicación del sistema de indicadores:

Tabla 3.1.2 Aplicación de indicadores para la medición del impacto turístico en las CC. AA costeras del litoral español

		Andalucía	Asturias	Cantabria	Cataluña	C. Valencia	Galicia	Murcia	País Vasco	I. Baleares	I. Canarias
Presión Territorio	Superficie de municipios costeros respecto al total de superficie de provincias costeras (%) ⁶	18%	20%	16%	11%	13%	20%	26%	14%	78%	96%
	Habitantes en municipios costeros respecto al total en provincias costeras (%)	60%	46%	65%	45%	52%	61%	32%	31%	85%	97%
	Superficie total (km ²) en relación a los kilómetros de costa. ⁷ (Km)	96	26	19	46	45	20	41	29	3	5
	Precio medio del metro cuadrado de suelo urbano. (Euros/m ²)	144,3	81,6	74,3	179,2	156,3	84,3	151,2	221,3	254,2	185,3
Oferta Turística	Plazas turísticas en la región por cada kilómetro de costa ⁸	344	200	189	639	330	80	294	114	283	266
	Número de plazas turísticas en los municipios costeros en relación a los municipios de interior	36	22	61	204	52	10	23	20	86	57
	Pernotaciones no regladas respecto al total de pernотaciones en España (%)	13%	1,2%	1%	11%	12%	2%	1,3%	1,1%	5%	6%
Presión Humana	Turistas en la región por cada habitante de municipios costeros	2,8	0,5	1	5,2	2,4	0,7	1,7	2,7	12,1	5,6
	Turistas en la región por cada kilómetro de costa (tur/km)	9339	585	1303	24025	12019	700	2939	6378	7947	7249
	Presión humana sobre el territorio	1030	99,5	670,4	3564	1608,3	607,4	500	303,3	257,2	327
Medio Ambiente	Playas con Bandera Azul con respecto al total de playas (%)	19%	9%	7%	24%	38%	15%	20%	9%	13%	8%
	Residuos atribuibles al turismo (%) ⁹	0,8%	0,12%	0,39%	1,81%	1,17%	0,20%	0,37%	0,37%	14,6%	10,01%
Impacto Económico	Empleo turístico (%)	12%	13%	11%	12%	12%	10%	7%	9%	24%	30%

Fuentes: Elaboración propia a partir de: Turismo: Instituto Nacional de Estadística (INE) y el Instituto de Estudios Turísticos (IET), 2015-16. Superficie y longitud de costa: Dirección General del Instituto Geográfico Nacional y el INE, 2016. Población: Padrón municipal, 2016. Banderas azules: Asociación de Educación Ambiental y del Consumidor (ADEAC), 2016. Viviendas secundarias: Censo de Población y Vivienda, 2011. Residuos: INE, 2013. Empleo turístico: Encuesta de Población Activa (EPA).

⁶ El uso de referencia en provincias costeras y no en CC. AA. se debe a la diferencia de tamaño entre éstas. Dificulta la comparación con el litoral de otras regiones.

⁷ Coeficiente litoral terrestre: Cuanto mayor sea el índice, menor será la relevancia de la costa (en cuanto a territorio) para la región.

⁸ Las plazas turísticas incluyen: hoteles, apartamentos, acampadas y alojamiento rural.

⁹ Las cifras contabilizadas son similares sin tener en cuenta el turismo, pues se han calculado los valores teniendo en cuenta que la población viaja, por lo que deja durante algunos días su lugar habitual de residencia (ya sea por motivos de trabajo o vacaciones), y por otro lado, se ha contabilizado a los turistas como cualquier otro residente.

Como se puede apreciar, la filosofía del sistema de indicadores propuesto (tabla 3.1.2) se adapta al concepto de desarrollo turístico sostenible visto anteriormente (epígrafe 1.3)

Se persigue que el sistema sea real y aplicable, no únicamente en relación a la actividad turística, sino también al grado de sostenibilidad existente en los procesos de desarrollo turístico y el impacto generado por el mismo, con el fin de crear un diagnóstico sobre la situación actual.

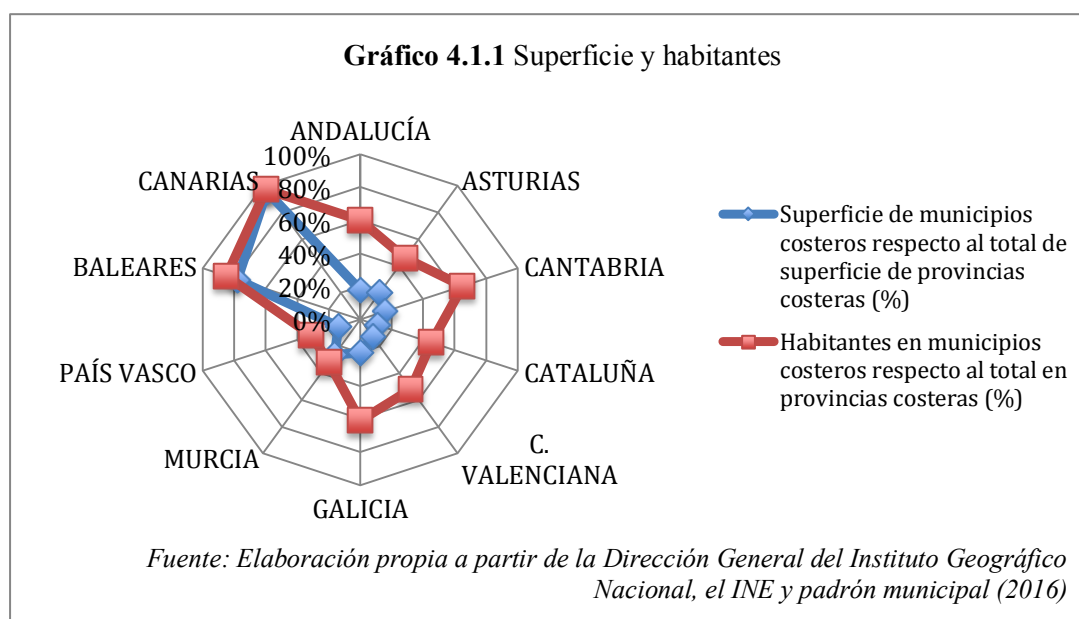
En este contexto, y teniendo en cuenta los resultados obtenidos en el sistema de indicadores, cabe plantear varias cuestiones. A continuación se procederá a realizar un análisis de cada indicador haciendo hincapié en los resultados más llamativos.

4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS POR CC. AA.

Una vez aplicados los diferentes indicadores y a través de un análisis de cada una de las temáticas planteadas (tabla 3.1.1), podemos obtener una visión global del impacto que genera el turismo en las Comunidades Autónomas litorales.

4.1. PRESIÓN DEL TERRITORIO

La función principal de los dos primeros indicadores, basados en la territorialidad de las diferentes regiones y la población en los municipios con respecto a las provincias costeras, es la de contextualizar y justificar el resto de indicadores, pues permite obtener una visión general sobre la presión demográfica que existe en los territorios litorales a una escala local.

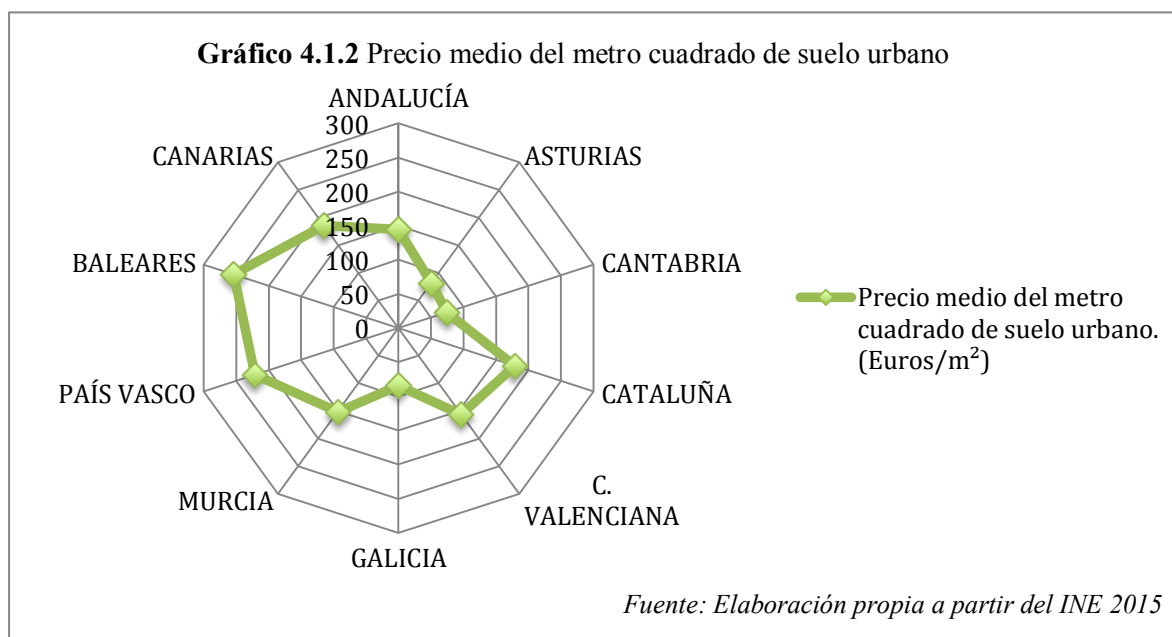


Como puede apreciarse, el gráfico hace referencia a la presión del territorio en cuanto a los habitantes existentes en municipios costeros y a la litoralidad de las CC. AA.

A simple vista, parece ser que los archipiélagos canario y balear representan los valores máximos, hecho que no es de extrañar debido a su contexto físico y geográfico¹⁰.

En el caso de la región andaluza, los resultados obtenidos revelan el grado de presión al que se encuentra sometido su territorio, siendo únicamente el 18% de la superficie analizada¹¹ la que soporta el 60% de la población total de las provincias costeras. Por otra parte, en otras Comunidades Autónomas donde la actividad turística es menor y, por ende, dependen de otros sectores económicos, la ocupación del suelo tiende a distribuirse a lo largo de todo el territorio de manera más uniforme, como pueden ser Galicia, Cantabria o Asturias, con un coeficiente litoral terrestre de entre 19 y 26¹².

Asimismo, y derivado de la presión del territorio, una de las consecuencias se ve reflejada en el precio medio del metro cuadrado de suelo urbano. En el siguiente gráfico se representa de forma general aquellas CC. AA. que destacan por tener el precio más elevado.



En primer lugar, las Islas Baleares (254,2€/m²) se posicionan como la zona más cara de las CC.AA. del litoral español. Motivo de ello pudiera ser la fuerte actividad turística que se da en la zona, siendo el segundo destino más visitado en España, con más de 11 millones de

¹⁰ Para una correcta interpretación del gráfico es importante tener en cuenta las diferencias en la superficie que abarcan las diferentes CC. AA. costeras, encontrando regiones con tamaños dispares.

¹¹ Municipios costeros de las provincias costeras de la CC. AA.

¹² El coeficiente litoral terrestre hace referencia al tercer indicador “Superficie total (km²) en relación a los kilómetros de costa.”

turistas anuales (*IET, 2014*), y por otra parte, el limitado territorio propio de los conjuntos insulares, donde el archipiélago canario, se posiciona en el tercer lugar en cuanto al precio medio por metro cuadrado más alto de España (185,3€/m²).

Asimismo, y tratándose de una Comunidad Autónoma con una gran densidad demográfica¹³, no es de extrañar que el País Vasco se posicione como la segunda región con los precios de viviendas más elevados entre las CC. AA. costeras de España (221,3€/m²). Tanto es así que ha generado un fenómeno en la zona afectando a regiones colindantes, como puede ser Cantabria, que debido a un precio medio del metro cuadrado de suelo urbano (74,3€/m²) casi tres veces menor que en el País Vasco, ha generado, como consecuencia, que una parte de la población decida trasladarse a Cantabria. Es el caso de los casi 27.000 ciudadanos nacidos en el País Vasco y empadronados en Cantabria, formando en la actualidad el 4,6% de la población total de la comunidad cántabra. (*Instituto Cántabro de Estadística, 2015*)

La expulsión o huida de la población residente, tal y como ocurre en ciudades como Barcelona, modifica, en ocasiones, la configuración del comercio local, abandonando su singularidad a favor de una oferta para el turista muy estándar y similar a la de cualquier destino turístico saturado.

Esta realidad que se repite en diferentes zonas de España, en muchos casos derivado por la alta afluencia turística, va en contra de algunos de los objetivos perseguidos por los distintos gobiernos municipales en los últimos años, como son:

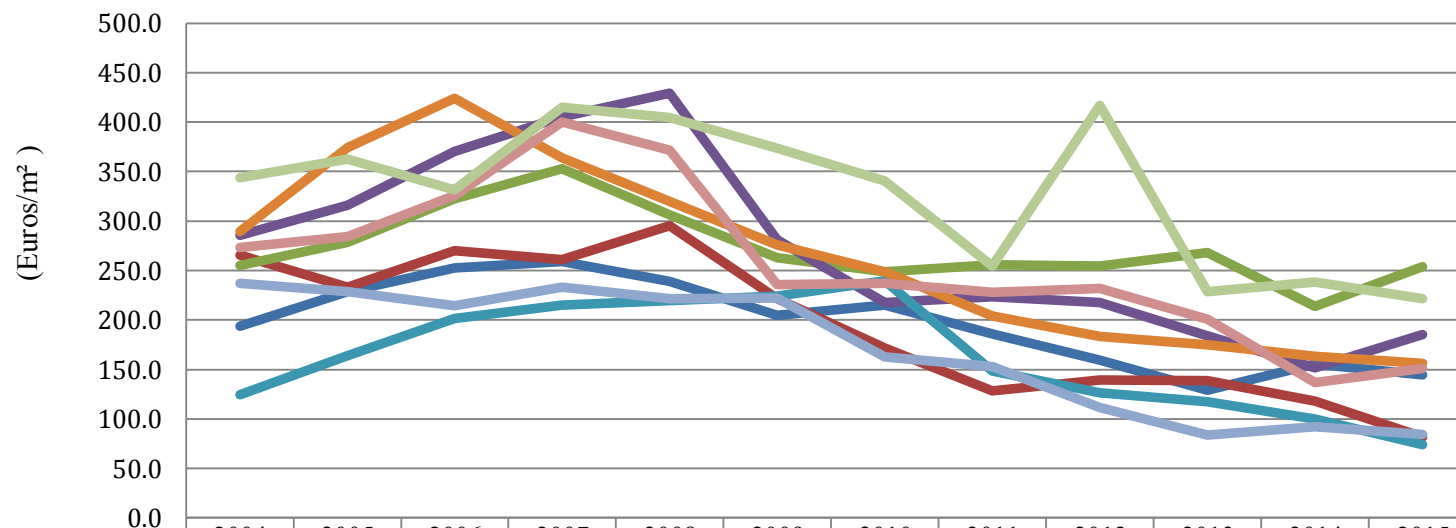
- La recuperación de los centros urbanos a través de la atracción de la población residente.
- Carácter diferencial de la cultura local como elemento determinante de su atractivo turístico.

De este modo, es importante tener en cuenta la importancia de mantener el bienestar en la comunidad local, de forma que permita garantizar o asegurar la identidad del destino.

A continuación se muestra la evolución de los precios del metro cuadrado de suelo urbano en las CC. AA. costeras de España, desde el año 2004 hasta nuestros días, no sin otro objetivo que destacar las diferencias en los precios de las regiones en diferentes períodos de tiempo y permitir realizar pronósticos sobre la tendencia en el precio, siendo un muestra palpable de la presión al que está sometido el territorio.

¹³ 302,2 habitantes por cada km². (2015) *Instituto Nacional de Estadística (INE)*

Gráfico 4.1.3 Precio medio del metro cuadrado de suelo urbano



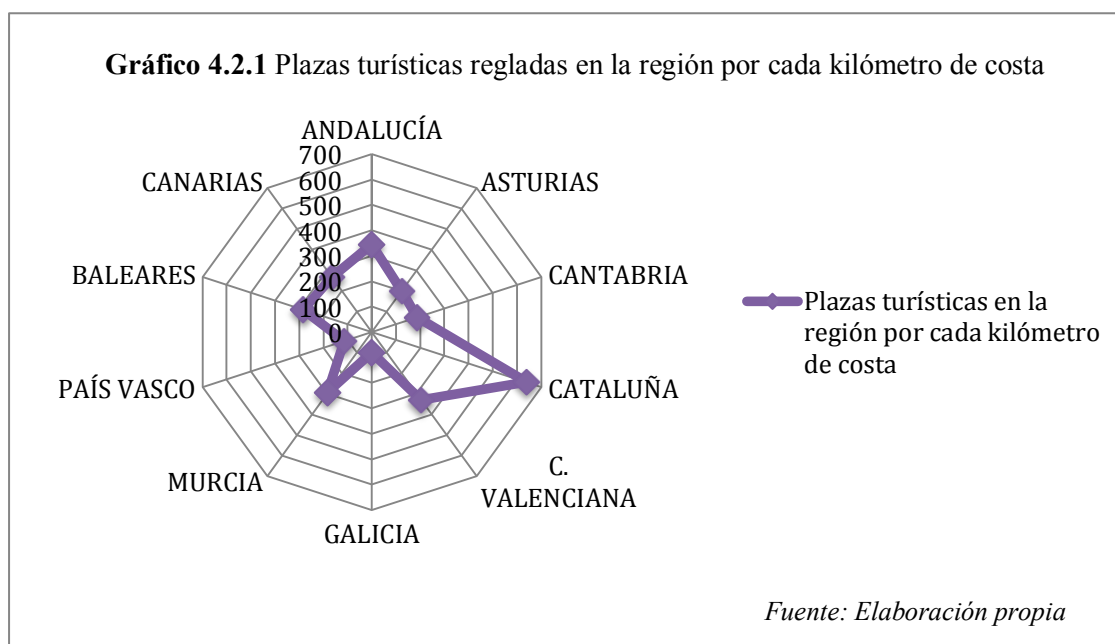
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Andalucía	193.4	229.0	252.3	259.3	238.8	205.0	214.8	186.2	159.2	129.1	155.8	144.3
Asturias (Principado de)	265.7	233.0	269.9	260.9	295.5	221.5	171.4	128.4	139.3	138.5	117.9	81.6
Balears (Illes)	255.0	278.7	322.4	352.8	306.4	262.9	248.5	255.8	254.7	268.3	213.9	254.2
Canarias	285.8	315.9	370.5	405.4	429.4	280.9	217.4	223.3	217.9	183.9	151.6	185.3
Cantabria	124.5	163.8	201.6	214.8	219.5	224.5	239.9	148.2	126.4	117.3	99.8	74.3
Comunitat Valenciana	289.2	374.1	423.8	364.2	320.1	275.7	248.9	203.8	183.6	175.0	163.3	156.3
Galicia	237.2	228.4	214.3	233.0	221.3	222.0	162.8	152.7	111.7	83.6	92.5	84.3
Murcia (Región de)	273.5	284.3	325.7	400.3	371.5	235.6	237.2	227.8	232.0	200.5	137.0	151.2
País Vasco	343.6	362.3	331.5	414.9	404.4	373.6	340.8	254.8	417.0	228.3	238.2	221.3

Unidad: euros/m²

Fuente: Elaboración propia a partir de Ministerio de Fomento. Gobierno de España.

4.2. OFERTA TURÍSTICA

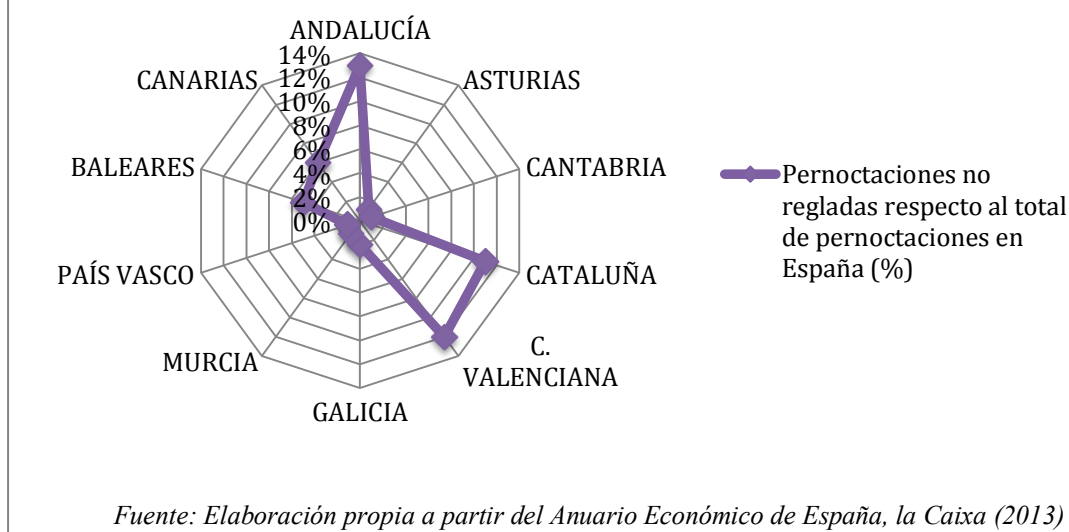
Cataluña presume de ser el primer destino turístico más visitado en España, con casi 17 millones de visitas en los últimos datos registrados. (IET, 2014) Asimismo, y en relación a las plazas turísticas en la costa, Cataluña dispone alrededor de 43 veces más plazas en la costa por kilómetro cuadrado que en el interior. No es de extrañar que alcance los resultados más altos, tanto en el número de plazas turísticas en la costa con respecto al interior, como en la presión de plazas sobre el territorio.



Por otra parte, es importante destacar las posiciones en las que se encuentran Andalucía y Galicia en el gráfico, siendo Andalucía la segunda CC. AA. costera en España con mayor número de plazas por kilómetro de costa (144 plazas/km de costa) y Galicia la que menos (80 plazas/km de costa).

Asimismo, en el caso de Andalucía, además de disponer de casi 20 veces más plazas en la costa que en el interior, las pernoctaciones no regladas representan más del 10% sobre el total de pernoctaciones de todo el país. (Anuario Económico de España, la Caixa, 2013) Dato de gran relevancia para conocer el estado del destino desde el punto de vista de la oferta turística, pues permite saber en qué medida los turistas prefieren los alquileres de viviendas de corta duración a los establecimientos hoteleros convencionales, así como la posibilidad de conocer la falta de regulación que garantiza los estándares de calidad y seguridad frente al consumidor y la opacidad fiscal en la que se mueve una gran parte del mercado.

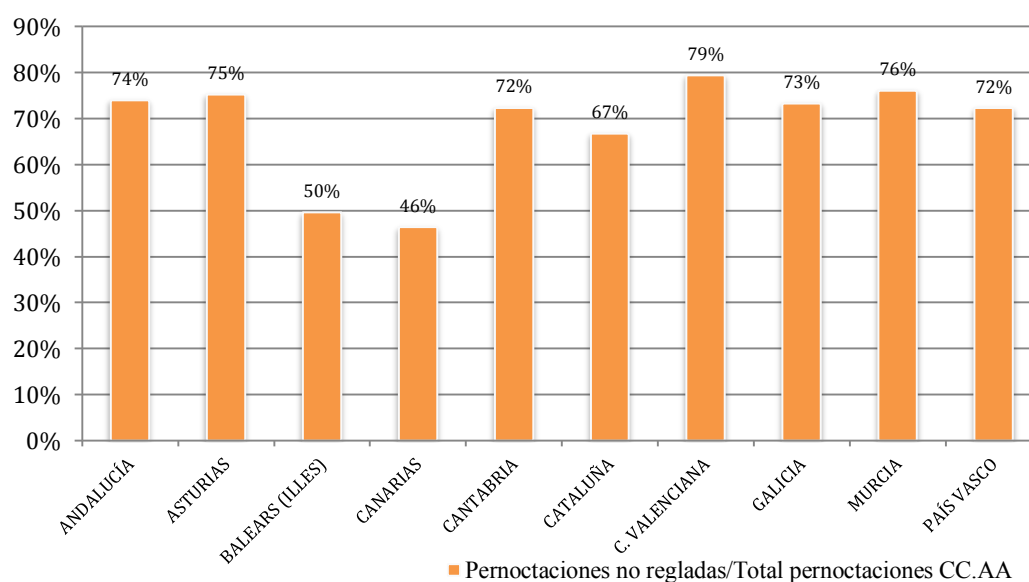
Gráfico 4.2.2 Pernotaciones no regladas con respecto al total en España



En un primer momento, se puede apreciar en el gráfico el porcentaje de pernoctaciones no regladas en relación al total de pernoctaciones en el país, siendo Andalucía, Valencia y Cataluña las Comunidades Autónomas con mayores porcentajes.

Es importante, por otra parte, destacar en un segundo gráfico los datos representados por Comunidad Autónoma.

Gráfico 4.2.3 Pernotaciones no regladas con respecto al total en la CC. AA



El potencial crecimiento de la oferta de alojamiento residencial en alquiler que experimenta gran parte de la costa española, supone a día de hoy un importante desafío.

Con un menor porcentaje de pernoctaciones no regladas con respecto al resto, se encuentran Baleares y Canarias, donde tienen en cuenta el impacto que ello conlleva y disponen de marcos normativos para tratar de limitar los impactos desfavorables de este fenómeno o incluso prohibir el alquiler no reglado de viviendas particulares para uso turístico, por considerarlos perjudiciales para el desarrollo de su modelo turístico y/o convivencia ciudadana.

Un nuevo debate, por tanto, merece ser tenido en cuenta ante el crecimiento exponencial de los nuevos modelos y canales de comercialización de las denominadas plataformas ”*Peer to Peer*” (P2P), dedicados al servicio de alojamiento turístico de viviendas de alquiler.

La irrupción de estas plataformas ha introducido la capacidad de comerciar la oferta de alojamiento por días, propiciando la “hotelización”¹⁴ de las viviendas. El impulso de dichas plataformas se está produciendo a tal velocidad que no ha sido hasta el pasado año 2015, cuando se ha comenzado a analizar las implicaciones que se derivan de este fenómeno¹⁵.

Siendo mucho lo que está en juego, la medición de las pernoctaciones no regladas, se vislumbra, por tanto, como un indicador fundamental para tomar las decisiones correctas en un contexto en el que el sector turístico se enfrenta al reto de evolucionar gradualmente hacia modelos y posicionamientos turísticos que aspiren a mejorar el ingreso medio asociado a la llegada de turistas con un mayor gasto en destino. Todo ello unido al menor impacto social y ambiental posible, frente a estrategias que solo primen el mero incremento del volumen de turistas *per se*, y que pueda poner en peligro la capacidad de carga de un destino vulnerable como es la costa.

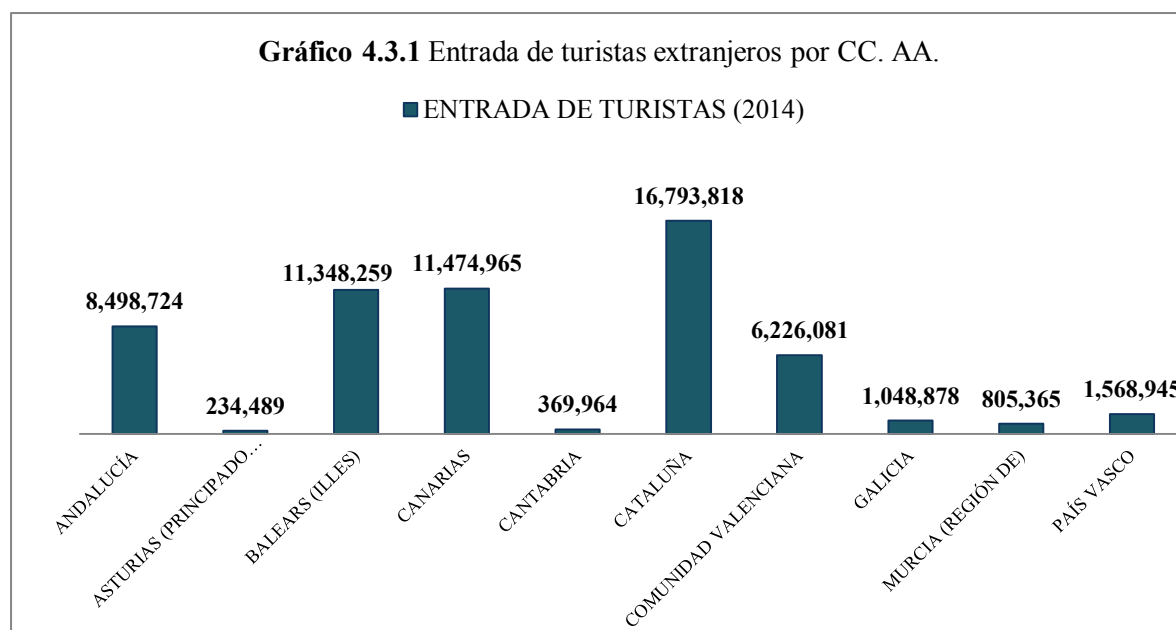
4.3. PRESIÓN HUMANA

Una vez analizada la presión que ejerce sobre el territorio la oferta turística, es importante tener en cuenta la presión humana. Para ello se han tenido en cuenta una serie de indicadores representados en diferentes gráficos (medidos anteriormente en la tabla 3.1.2). No obstante, se considera oportuno realizar previamente, una contextualización de los datos con el fin de

¹⁴ Se considera interesante el uso del término “hotelización” para aportar énfasis al fenómeno de la comercialización de las viviendas como establecimientos hoteleros.

¹⁵ Exceltur publicó en junio de 2015 un informe que analiza dicho fenómeno: “*Alojamiento turístico en viviendas de alquiler: Impactos y retos asociados*”

facilitar la interpretación de los indicadores. Para ello, se tendrá en cuenta la entrada de turistas generada en el 2014 (últimos datos registrados en el IET):



Fuente: Elaboración propia a partir del IET (2014)

Los resultados obtenidos de la afluencia turística dada en las diferentes regiones pueden dar una idea general sobre la presión humana a la que se encuentra sometidos. No obstante, teniendo en cuenta diferentes factores, los resultados varían.

Tal y como puede apreciarse, Cataluña representa el primer destino turístico demandado en España, con 16.793.818 turistas en 2014.

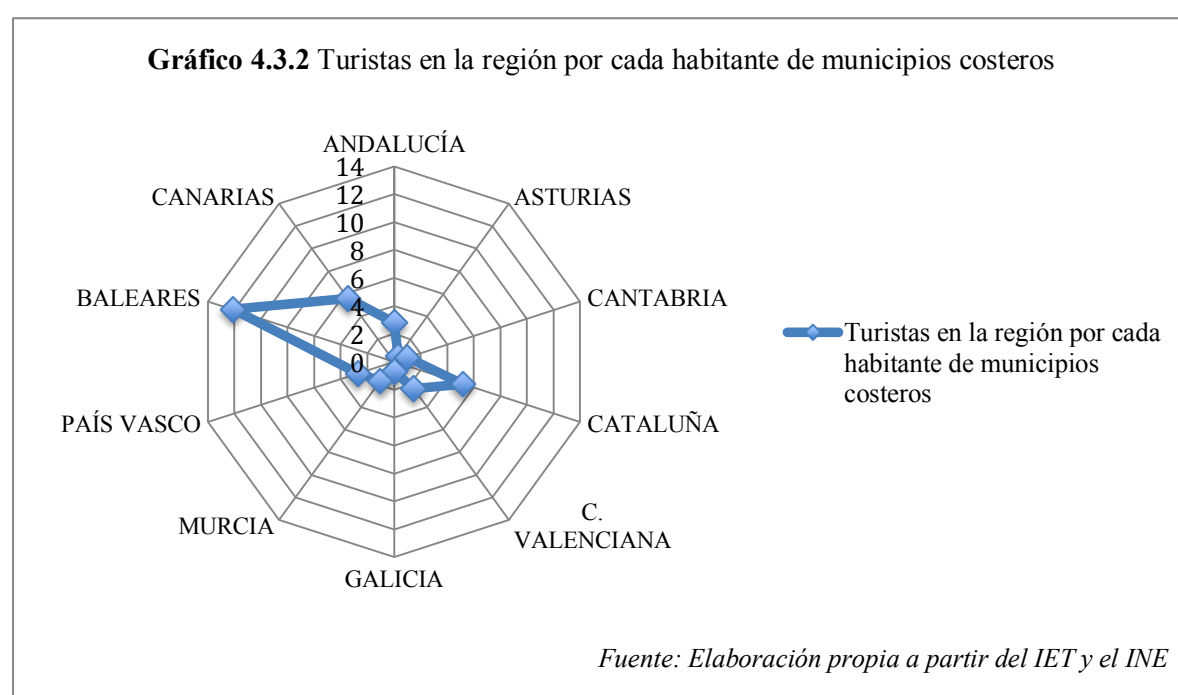
A pesar de no disponer de datos generales más actualizados en el IET, ya puede evidenciarse un aumento en la llegada de turistas, publicado recientemente por el Instituto Nacional de Estadística (INE) según la Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

Los datos revelan un incremento del turismo de un 4,9% respecto al 2014 en todo el país. Lo que supone un total de 68,1 millones de turistas internacionales.

Cataluña sigue siendo el principal destino elegido por los turistas a día de hoy, no únicamente de las Comunidades Autónomas litorales, sino de todo el territorio español, con 17,4 millones de turistas, un 3,7% más que en el 2014. Seguidamente, se encuentran las Islas Baleares (11,6 mill. y un incremento del 2,7%) y Canarias (con 11,6 mill. y un aumento del 1%). Por otra parte, Andalucía, recibió un 9,3 millones de turistas (un 9,6% más que en el 2014) y por último, la Comunidad Valenciana, con 6,5 millones de turistas (un 4,3% más que el 2014).

Es indudable que la actividad turística va en aumento año tras año y que tal y como se mencionó con anterioridad, si el pronóstico es acertado, para el año 2020, se espera una llegada de 75 millones de turistas en España. Esta alta afluencia, dada principalmente en determinadas épocas del año causa importantes impactos en el territorio y en la población local. Es por ello que resulta fundamental medir la presión a la que se encuentran sometidas las regiones del litoral español, con el fin de atajar las consecuencias que de ella se derivan y tomar medidas adecuadas que permitan una gestión sostenible del turismo.

Para comenzar, en un primer gráfico se tendrán en cuenta dos de los agentes implicados en el turismo: turistas y habitantes.



En el gráfico llama la atención la posición de las Islas Baleares, con aproximadamente 12 turistas por habitante. Sería pertinente compararlo con las Islas Canarias, que aún teniendo más entradas de turistas que las Islas Baleares, la presión es menor. Esto es debido, principalmente, por la diferencia en cuanto a la superficie del territorio canario frente al balear y, por ende, a una mayor población.

Tabla 4.3.1 Datos: I. Canarias - I. Baleares

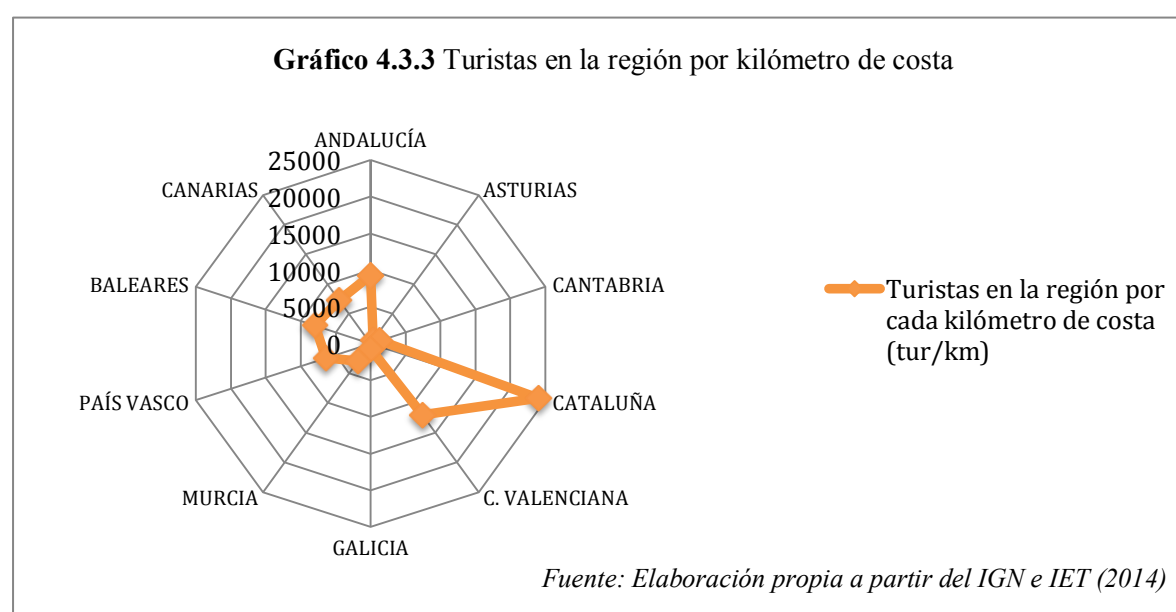
	Superficie Municipios Costeros	Población en los municipios costeros	Entrada de turistas
I. BALEARES	3870,9	941.748	11.348.259
I. CANARIAS	7140,62	2.044.753	11.474.965

Fuente: Elaboración propia a partir del INE, IET y IGN (2014)

La excesiva concentración demográfica que se da en las Islas Baleares en temporada alta, incide en el aumento de la presión humana. Tratándose de un destino principalmente de “sol y playa”, dicho aumento se genera únicamente en la temporada de verano. Sería conveniente una planificación y gestión turística orientada hacia la desestacionalización, con el fin de equilibrar la llegada de turistas a lo largo del año. Vencer la, cada vez más acuciante, estacionalidad no es tarea fácil, forma parte del reto común hacia un turismo sostenible. Un compromiso total de los agentes implicados, así como su aplicación en diferentes ámbitos, es de urgente necesidad para poder romper con dicha tendencia, especialmente en destinos costeros.

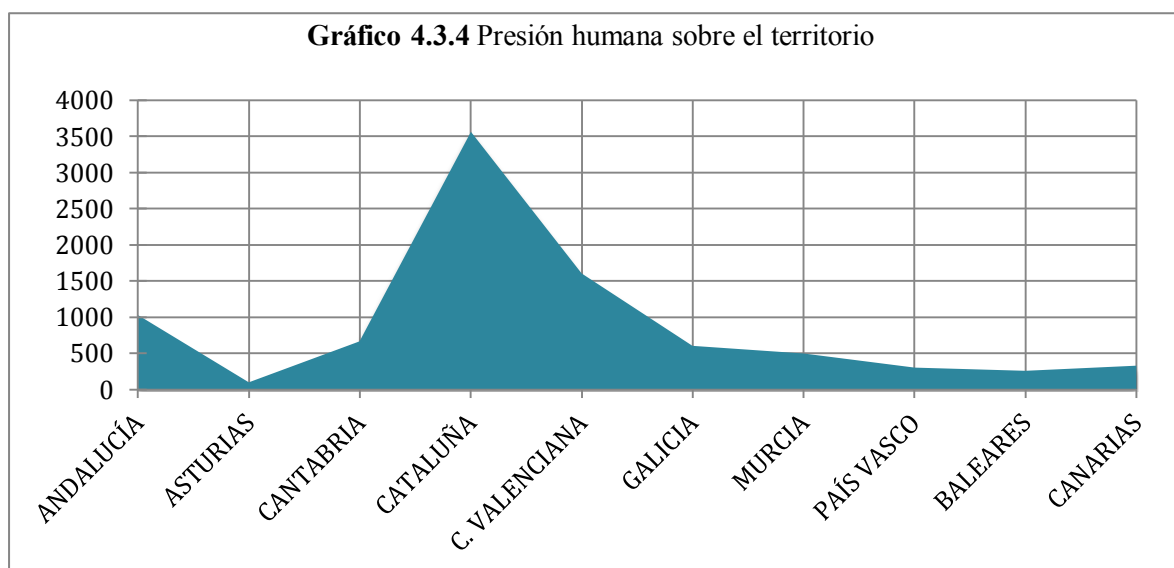
Por otra parte y adicionalmente, Cataluña (5,2) y Andalucía (2,8) muestran el tercer y cuarto resultado más alto, viéndose igualmente perjudicados por la estacionalización propia de la actividad turística en España. De acuerdo con la presión que sufren los principales destinos del litoral español, cabe mencionar regiones como Asturias o Galicia, las cuales presentan los datos más bajos, debido principalmente, a una menor entrada de turistas y una dosificación de los mismos a lo largo del año.

Con el fin de cubrir el tercer tema clave de la propuesta de indicadores, teniendo en cuenta los datos obtenidos a través de los organismos ya mencionados, es indispensable contar con el siguiente indicador, considerando las siguientes variables: turistas y kilómetros de costa.



Como puede distinguirse en el anterior gráfico (gráfico 4.3.2), los resultados son dispares, siendo en esta ocasión, Cataluña y la Comunidad Valenciana los que presentan mayores índices de turistas por kilómetro de costa. Esto es debido, principalmente, por la diferencia en cuanto a superficie y longitud de costa, siendo bastante mayor en dichas regiones.

Un último indicador revela interesantes datos que muestran de manera conjunta la presión humana y la presión del territorio del litoral español:



Fuente: Elaboración propia a partir del INE y el IET (2014)

Tomando la población turística equivalente¹⁶ más la población total entre los kilómetros cuadrados de superficie de la región, se puede obtener una medida representativa de la población total que soporta el territorio. A simple vista, destaca Cataluña (3.564) siendo su presión 36 veces mayor que en Asturias (la región con los resultados más bajos, 99,5).

Cabe mencionar los resultados obtenidos en los conjuntos insulares (siendo principales destinos turísticos en España) al reflejar una menor presión humana que en otras CC. AA. como Murcia o Cantabria. Esto es debido principalmente a las características geográficas de las islas, donde la población residente a menudo se localiza exclusivamente en la estrecha franja del litoral, por lo que para que este indicador fuera más representativo para las Islas Canarias y Baleares, se debería tener en cuenta la información a una escala local.

La densidad demográfica que se da en las regiones con mayor afluencia de turistas es tal que en multitud de ocasiones las molestias que ocasiona a la población residente son un

¹⁶ Población turística equivalente: Número de turistas por estancia media entre número de días del período (365 días).

verdadero problema. Es el caso de la ciudad de Barcelona, que con una densidad de población de 15.824 habitantes por kilómetro cuadrado (*Idescat, 2015*), reciben anualmente en toda la provincia más de 11 millones de visitantes (*Laboratori de Turisme a partir de dades del INE*)¹⁷, lo que supone una alta presión para el entorno.

Los indicadores aquí expuestos ayudan a establecer una capacidad de carga que limite el uso de los recursos, garantizando su sostenibilidad a largo plazo.

Por una parte, se debe tener en cuenta el entorno, una capacidad espacial, en muchos casos, inalterable, y solo mejorable a través de un aprovechamiento racional del mismo. Asimismo, se debe tener en cuenta el impacto social, esto hace referencia al nivel de tolerancia de las poblaciones de la presencia y comportamiento de los turistas, así como el impacto cultural que conlleva. No obstante, el tema económico, en la práctica, es uno de los principales argumentos contra la noción de capacidad de carga y la imposición de límites (*Getz, 1983*). La relación coste-beneficio tiende a suprimir trabas que limitan la actividad turística, siendo el principal reto para los destinos turísticos hallar un balance óptimo entre ventajas e inconvenientes.

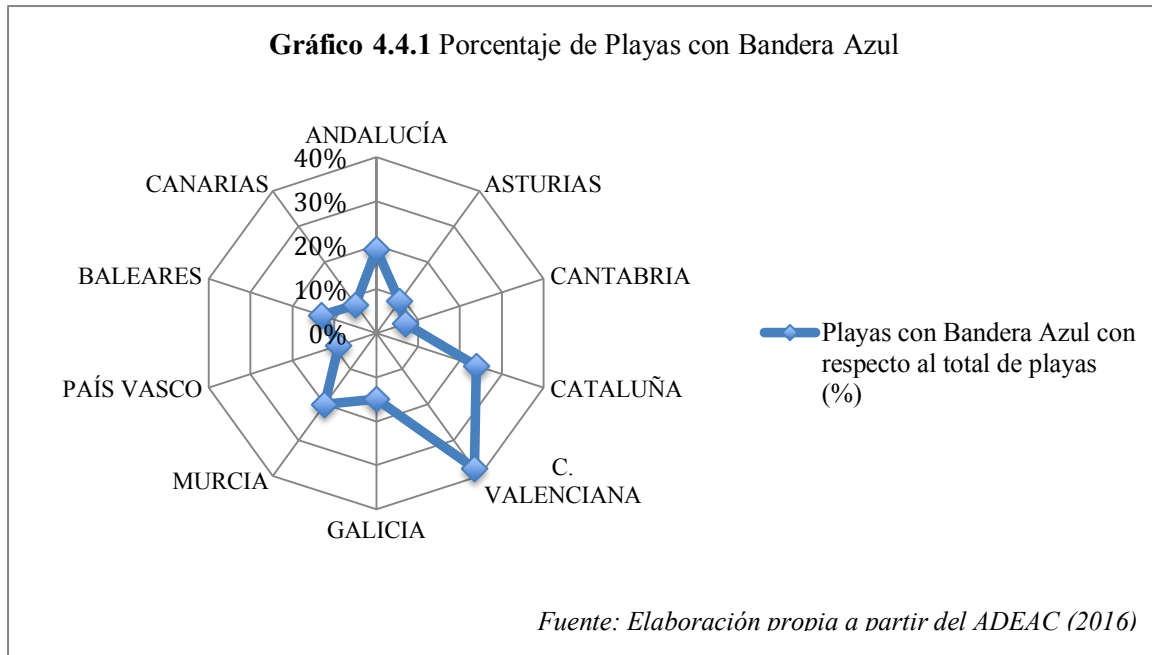
4.4. MEDIO AMBIENTE

Los indicadores del impacto turístico sobre el medio ambiente, tal y como se mencionó anteriormente en el presente estudio, se han visto considerablemente reducidos debido a la falta de información existente actualmente en los diferentes organismos públicos.

Cabe destacar, que ciertas Comunidades Autónomas sí disponen de suficiente información relativa a medio ambiente, el problema radica en que para construir un sistema de indicadores aplicable a todas las regiones costeras, la información debe ser común para poder ser comparable, algo que no ha sido posible al faltar información en determinadas regiones.

¹⁷ 11.484.457 turistas en el 2015. Fuente: Laboratori de Turisme

Gráfico 4.4.1 Porcentaje de Playas con Bandera Azul



Este indicador se plantea como una posible medida de la calidad de las playas a través del número de Banderas Azules de las que disponen las diferentes Comunidades Autónomas del litoral español.

La Bandera Azul es un galardón concedido anualmente, así como un sistema de certificación de la calidad ambiental desarrollado por la FEE (*Foundation for Environmental Education*) desde 1987. La función principal es promover y premiar la participación en iniciativas ambientales por parte de las autoridades municipales, de la población local y visitante y de los agentes implicados en el sector turístico. Estos son los criterios según los cuales se obtiene la Bandera Azul:

- Calidad de las aguas de baño.
- Información y educación ambiental.
- Gestión ambiental y seguridad.
- Servicios e instalaciones.

La Bandera Azul se concede a través de un Jurado Internacional, presidido por la FEE y junto con la participación de Agencias de NNUU para el Medio Ambiente y Turismo, entre las candidaturas seleccionadas por los Jurados Nacionales.

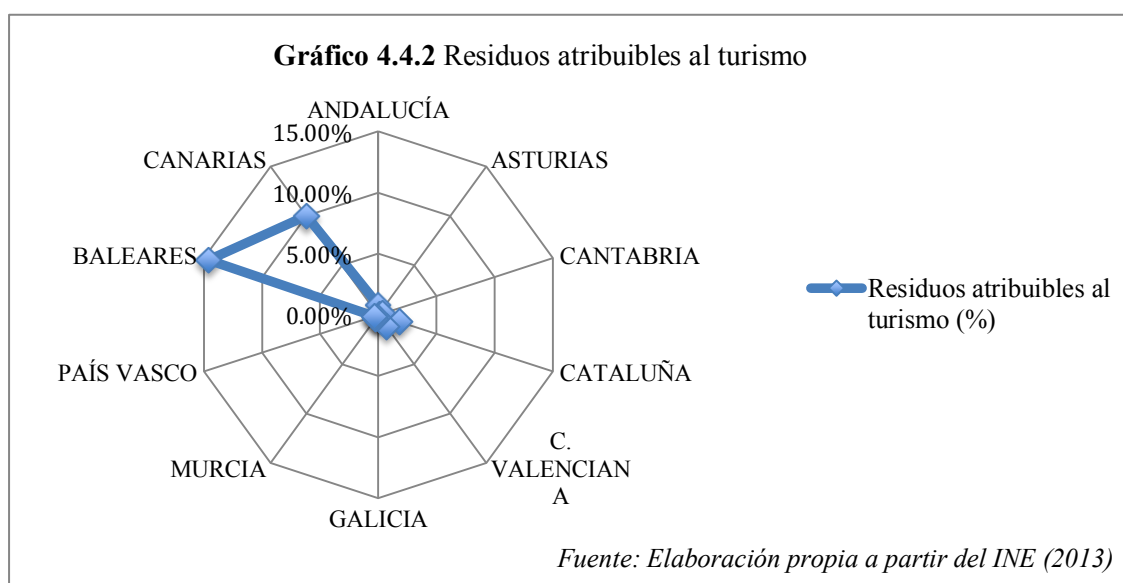
Las Comunidades Autónomas litorales, junto con la FEMP (*Federación Española de Municipios y Provincia*) y los Ministerios, Fundaciones y Universidades implicadas, participan en el Jurado para España, presidido por la ADEAC (*Asociación de Educación Ambiental y del Consumidor*).

Es así como este indicador se considera de gran valor para poder medir la calidad de las playas que forman parte de las CC. AA del litoral español, garantizando el servicio óptimo a los visitantes y su conservación y protección.

En España, casi 250 municipios y más de 100 puertos deportivos participantes, presentan anualmente unas 800 candidaturas a Bandera Azul, representando más del 85% de la población litoral local y visitante. No obstante, teniendo en cuenta que son 473 municipios los que bordean todo el litoral español, únicamente el 53% de los municipios costeros se presentan para optar al galardón. Parece ser que no en todos los municipios costeros interesa de la misma manera la certificación de Bandera Azul, siendo un ejemplo de ello las regiones del norte de España, las cuales presentan menor número de Banderas Azules, pues la marca del destino va encaminado hacia otra tipología turística más orientada hacia el turismo rural, dejando relegado el tradicional “sol y playa”.

Es así como en regiones del Mediterráneo como la Comunidad Valenciana, en primer lugar, con un 38% sobre el total de playas, y Cataluña con un 24%, seguido de Murcia (20%) y Andalucía (19%) presentan el mayor número de Banderas Azules como reclamo turístico y estrategia de competitividad, siendo los principales destinos costeros de todo el territorio nacional.

Por otra parte, un indicador de especial relevancia para medir el impacto medioambiental es el que se expone a continuación:



Con este indicador se pretende estimar el grado de presión que la actividad turística puede ejercer sobre el suelo y el territorio, e indirectamente, sobre las necesidades de dimensionamiento de los servicios de gestión de los residuos generados por esta actividad.

Cabe mencionar que los datos finales presentados en cuanto a los residuos atribuibles al turismo, no derivan de ningún organismo que facilite los datos enteramente. El calculo del indicador ha sido especialmente complejo, debido principalmente a que los datos ofrecidos por el INE (y en los institutos estadísticos específicos de cada Comunidad Autónoma), se recogen anualmente y no mes a mes. Datos mensuales podrían ser de gran utilidad para poder comparar las cantidades de residuos en los principales meses de afluencia turística.

Por ello, se ha tomado como referencia las cifras contabilizadas teniendo en cuenta la PTE (población turística equivalente) más la población total para poder tener unos valores aproximados sobre los residuos que genera anualmente la actividad turística en las CC. AA. del litoral.

Tabla 4.4.1 Residuos atribuibles al turismo

CC. AA.	Total Residuos	Total Residuos por Turismo	Residuos/Población +PTE	% Residuos/ Turista
Andalucía	4.264.085.264,6	33.938.590	504,4	0,8%
Asturias	491.076.073,3	586.972	461,4	0,1%
Islas Baleares	688.783.479,1	101.143.176	528,1	14,7%
Islas Canarias	1.147.846.577,6	114.897.485	489,9	10,0%
Cantabria	279.438.037,5	1.097.750	472,9	0,4%
Cataluña	3.124.068.142,7	56.690.910	412,1	1,8%
C. Valenciana	2.002.701.987,2	23.517.357	398,5	1,2%
Galicia	1.007.131.393,5	2.045.632	365,1	0,2%
Murcia	652.139.750,3	2.442.847	444,6	0,4%
País Vasco	1.020.540.250,1	3.804.913	468,3	0,4%

Fuente: Elaboración propia a partir del INE y el IET (2013)

La media nacional de generación de residuos (contabilizando el turismo) se sitúa para el año 2013 en 454,5 kg/habitante y turista/año. Las regiones que se encuentran especialmente por encima de la media son los archipiélagos canario (528,1 kg/habitante y turista/año) y balear (489,9 kg/habitante y turista/año), esto puede ser debido a mayores cantidades de productos importados que reciben los conjuntos insulares, así como una gran afluencia turística, mayor que en otras regiones, tal y como pudo apreciarse en anteriores indicadores.

Para finalizar con el análisis, se da paso al último indicador seleccionado para medir el impacto económico del turismo para las regiones del litoral.

Cabe mencionar, que se ha considerado oportuno incluir más indicadores para medir el impacto económico, pero debido a la escasez de información por parte de los organismos encargados, no ha sido posible.

4.5. IMPACTO ECONÓMICO

A partir de los años sesenta (s. XX), el turismo se convierte en una de las principales actividades económicas del mundo. En España, el pasado año 2015, se obtuvo un aumento del PIB del 3,7%, propiciado por el fuerte aumento de la demanda extranjera. Ello supone medio punto por encima del crecimiento del PIB de la economía española, a la vez que se aproxima a los ritmos de crecimiento turístico máximos de la pasada década (logrados en 2006 con un 4%).

Los efectos sobre la economía son evidentes, al repercutir en la subida del nivel de vida de la población de acogida y convertirse en motor de actividades económica, llegando incluso a modificar las características del sistema productivo a diferentes escalas.

De forma genérica, los principales impactos económicos del turismo son positivos: entrada de divisas, contribución a los ingresos estatales, generación de empleo y renta, estímulo del desarrollo regional e incremento de las oportunidades de negocio (*Lickorish y Jenkins, 2000; 83; Brida et al., 2008; 36*).

El turismo, por otra parte, ha permitido la revitalización económica de áreas poco dinámicas, siendo el caso el de los espacios rurales, de montaña o pesqueros.

Frente a la inercia de lograr cada vez mayor afluencia de turistas, se debe buscar un incremento del gasto medio diario en el destino, con la correspondiente contribución al empleo y a la economía y al menor desgaste de las infraestructuras, entendidas en sentido amplio.

Asimismo, para poder analizar la importancia dada al turismo por el Estado al ministerio competente en materia de turismo en los diez últimos años (2005-2015)¹⁸, se procederá a realizar una evolución de los presupuestos a modo de indicador. Estos resultados (tabla 4.5.1) muestran una variación porcentual generalmente positiva con respecto a años anteriores a excepción de los años siguientes a la crisis económica, donde se dieron significativas reducciones presupuestarias.

¹⁸ Se considera oportuna la elección de este período por los cambios económicos que se experimentaron a partir de 2008, además del cambio de gobierno acaecido en 2011.

Tabla 4.5.1 Evolución presupuestaria del Ministerio con competencia en turismo

Evolución presupuestaria del Ministerio correspondiente a turismo		
año	miles de €	%
2005	5.106.120,89	-
2006	6.719.167,39	31,59%
2007	7.060.384,05	5,08%
2008	6.912.797,20	-2,09%
2009	7.009.761,14	1,40%
2010	7.018.508,97	0,12%
2011	6.117.384,67	-12,84%
2012	3.752.927,09	-38,65%
2013	5.874.039,79	56,52%
2014	7.224.447,48	22,99%
2015	8.128.983,73	12,52%

Fuente: Presupuestos Generales del Estado (Secretaría de Estado de Presupuestos y Gastos)

Con el objetivo de aclarar los datos de la tabla anterior, se procede a realizar una gráfica (4.5.1) con dichos datos, que represente la oscilación derivada de los cambios en los presupuestos según la situación socio-económica.

Gráfico. 4.5.1 Evolución de los presupuestos del Ministerio correspondiente a turismo



Fuente: Presupuestos Generales del Estado (Secretaría de Estado de Presupuestos y Gastos)

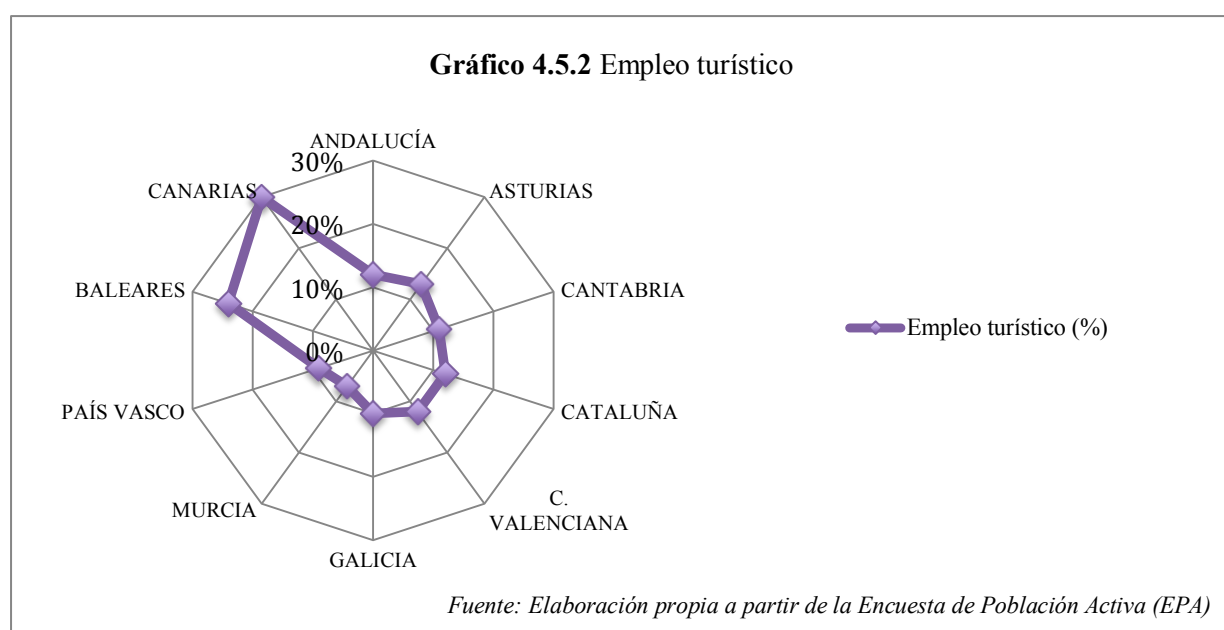
Son evidentes los cambios acaecidos sobre los presupuestos en todo el período. Por un lado, se aprecia un descenso como resultado de la crisis económica (2008) que comenzó a notarse a partir de 2010, donde las inversiones destinadas al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (por entonces el ministerio con competencia en turismo desde 2004 al 2011) fueron

en 2011 de un -12,84% con respecto a 2010. Las prioridades económicas del país no incluían el turismo, aún pudiéndose tratar de una posible solución para la crisis, teniendo en cuenta su importancia en España.

Este descenso fue progresivo hasta un año después del cambio de gobierno en 2011, donde el turismo ya pasó a ser competencia del Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

En el año 2012 se alcanzó la cota presupuestaria más baja de todo el período, disminuyendo la inversión en un -38,65% con respecto a 2011. El turismo parecía seguir estando relegado a un segundo plano y las prioridades en cuanto a inversiones públicas se destinaban a otras iniciativas. Es entonces, a partir del 2012, que las inversiones al Ministerio han ido experimentando un aumento progresivo, situándose en la cota presupuestaria máxima hasta la fecha.

Atendiendo al indicador propuesto en el presente estudio, se tiene en cuenta el empleo turístico generado en cada una de las CC. AA. del litoral español, como medida del impacto económico.



El impacto económico más claro de entre los producidos por el turismo, por su inmediatez en la población local, es la creación de empleo. Por ello merece considerarse un indicador para medir la sostenibilidad turística, pues genera *modificaciones en la mano de obra y su distribución*. (Callizo, 1991)

El turismo es una actividad generadora de gran número de puestos de trabajo, actúa y es contemplado como un conjunto de actividades económicas capaz de hacer frente y absorber las necesidades derivadas del crecimiento de la población, del excedente de la mano de obra agraria (primaria) y de la reducción de plantillas de obreros industriales impuesta por la automatización de los procesos productivos. (Vera et. al., 1997)

El turismo genera un importante impacto económico a través del empleo turístico. Se calcula, a nivel nacional, que existe un 10% de trabajadores empleados en el sector turístico (dato que alcanza en regiones turísticas como las Islas Baleares o Canarias, el 24% y 30%, respectivamente).

El turismo crea empleo en diversas actividades, no obstante, existen dificultades para separar el empleo turístico del que no lo es, y, con frecuencia, se da una subestimación del generado en actividades informales. Para calcular el impacto laboral, se ha tenido en cuenta el empleo directo relacionado con el consumo turístico: restauración, alojamiento, agencias de viajes, oficinas de turismo; e indirecto derivado de las sinergias producidas en el sector y el efecto sobre otras actividades, estimándose en 2-3 empleos indirectos por cada empleo directo.

Una vez finalizado el análisis de los resultados, se considera interesante profundizar en el estudio a través del modelo de gestión de una de las Comunidades Autónomas más afectadas por la actividad turística.

5. ANDALUCÍA: MODELO Y GESTIÓN DEL TURISMO

Mediante el sistema de indicadores descrito, ha sido posible realizar una aproximación de un diagnóstico general, permitiendo apreciar cuáles son aquellas regiones que sometidas a una mayor presión por la actividad turística.

Los resultados han mantenido cierta tendencia en cada uno de los diferentes indicadores, especialmente en regiones del Mediterráneo como Andalucía, donde presenta datos reveladores acerca de la influencia del turismo sobre el territorio, el medio ambiente, economía y sociedad.

Los criterios que justifican la selección de la región andaluza, como caso de estudio son determinados:

- 1.- Forma parte de una de las regiones más afectadas por la actividad turística, no sólo de la vertiente mediterránea, sino también de todo el litoral español.
- 2.- Es la Comunidad Autónoma con mayor superficie y kilómetros de costa de España (Tabla 3.1). Andalucía, con un litoral mediterráneo y atlántico, puede representar la mayoría de

situaciones encontradas en el espacio turístico litoral de España. Por ello, el análisis de su modelo de gestión turística resulta de especial interés, pues además podrán extraerse conclusiones y lecciones aprendidas replicables.

Por ello, con el fin de vislumbrar cómo los organismos públicos hacen frente a la fuerte actividad turística en Andalucía, se considera oportuno realizar un estudio sobre los modelos de gestión y planificación turística en dicho territorio. El estudio se llevará a cabo a través de los siguientes indicadores de gestión (IG):

IG1. Existencia de metas para un turismo sostenible. (*Epígrafe 5.3*)

IG2. Existencia de un organismo propio dedicado al turismo. (*Epígrafe 5.4*)

IG3. Inclusión del cambio climático, desde una perspectiva turística, en los documentos de planificación turística oficiales de la región. (*Epígrafe 5.5*)

IG4. Recursos destinados a los organismos competentes en materia de turismo en Andalucía. (*Epígrafe 5.6*)

5.1. El litoral andaluz como recurso turístico

El litoral andaluz se ha visto convertido en las últimas cuatro décadas en uno de los principales motores socioeconómicos de la región. Las características geográficas que se dan en el territorio han favorecido una, cada vez mayor, concentración humana, lo que ha dado como consecuencia, un paisaje profundamente transformado por el ser humano.

Este proceso de transformación se ha visto acelerado debido a una intensificación del suelo urbano a través del característico proceso urbanizador en determinadas zonas de Andalucía, como son la Costa del Sol y Campo de Gibraltar (costa gaditana desde Trafalgar hasta Sanlúcar de Barrameda), la costa occidental almeriense y en determinadas zonas de Huelva. Teniendo en cuenta que en determinadas áreas se alcanzan valores superiores al 50% de urbanización (*EAGIZC¹⁹, 2008*), es determinante la implementación de una correcta gestión para poder paliar las consecuencias que se derivan de la presión del territorio a la que se encuentra sometido el litoral andaluz.

La Junta de Andalucía identifica en la Propuesta de EAGIZC (2008), algunos de los problemas socioeconómicos, culturales y ambientales más comunes en el litoral andaluz:

- Homogeneización del paisaje: Numerosas actuaciones han llevado a una reconfiguración del paisaje, el cual se caracteriza por intensos procesos de

¹⁹ Estrategia Andaluza de Gestión Integrada de Zonas Costeras

urbanización en tramos costeros, ligados, principalmente a la actividad turística y al desarrollo de la agricultura intensiva.

- Alteración de los procesos naturales: Debido, por un lado, a un aumento de infraestructuras públicas, construcción de embalses y regulación de los cauces fluviales, extracción de áridos y otras actuaciones en el litoral como los dragados, y por otro, a la destrucción de dunas y arenales litorales por la ocupación urbana del borde costero, el cual genera un déficit del aporte sedimentario en muchos de sus tramos y un incremento de la erosión costera.
- Contaminación de las aguas litorales: La elevada concentración de asentamientos humanos en el litoral han contribuido al deterioro de la calidad de las aguas litorales de Andalucía, teniendo en cuenta, por otra parte, los ríos que desembocan en ellas, que desde hace décadas reciben los vertidos procedentes de zonas industriales, agrícolas y núcleos de población situados en las orillas de sus cauces tierra adentro. Sin olvidar, que debido al elevado tráfico de buques mercantes y petroleros que atraviesan el Estrecho de Gibraltar, las costas andaluzas están sujetas a una permanente amenaza por vertido accidental de contaminantes.
- Pérdida de la calidad y la cantidad de los recursos hídricos: La demanda intensa de recursos hídricos, como consecuencia de la rentabilidad del riego y del desarrollo urbanístico, ha provocado en el litoral una pérdida de la calidad y cantidad de los acuíferos costeros. La sobreexplotación de los recursos hídricos se agrava por la actividad turística que, debido al tradicional sol y playa, genera un turismo estacional llegando a triplicar en ocasiones, la población censada, lo cual provoca problemas de abastecimiento. Además de los equipamientos necesarios para su desarrollo que generan, igualmente, una importante presión sobre los recursos hídricos, tales como piscinas, campos de golf, jardines...
- Agotamiento de los recursos vivos marinos: En el litoral andaluz a lo largo del siglo XX, se ha visto como los avances en el sector pesquero ha generado problemas de sobreexplotación de los recursos vivos marinos. La aplicación de motores a las embarcaciones junto con las mejoras técnicas de los sistemas de congelación y almacenamiento, han conducido a un incremento del consumo de los productos pesqueros y aumentado visiblemente, el volumen de las capturas. Esta situación ha provocado una sobreexplotación que es preciso corregir con el fin de asegurar el futuro de una actividad tan importante como arraigada en Andalucía.

- Degradación de hábitats naturales y pérdida de la biodiversidad: Las causas que provocan la degradación de los hábitats naturales en la región andaluza y la desaparición de la biodiversidad son múltiples: el intenso proceso de urbanización, el desarrollo de diferentes modelos de agricultura intensiva, el uso público indiscriminado, introducción de especies exóticas, residuos sólidos, infraestructuras costeras, transporte marítimo y su contaminación asociada, artes de pesca inapropiados, incendios, escasez de agentes de dispersión, obras costeras, fragmentación por infraestructuras viarias, aislamiento genético, introducción de especies exóticas, etc.
- Pérdida de posibilidad futura de desarrollo económico: Numerosos son, igualmente, los casos que avalan la pérdida de competencia de las actividades económicas tradicionales en el litoral de Andalucía. Aunque uno de los más representativos sea el caso del sector turístico, donde el coste de no incorporar criterios de calidad es superior al derivado de la implantación de un sistema de gestión adecuado y el cual constituye a largo plazo una inversión rentable. El proceso urbanizador, como fin en sí mismo, ha generado importantes déficits de equipamientos públicos, afectando negativamente a la calidad de vida de la población y contribuyendo a la pérdida de imagen ambiental del producto turístico andaluz.

Un modelo turístico basado en el crecimiento urbanístico propio de la última década, conlleva a una transformación cada vez mayor, de los destinos turísticos del litoral andaluz, convirtiéndolos cada vez más urbanos, careciendo de autenticidad, sin posibilidad de garantizar generación de renta y empleo a largo plazo.

- Pérdida de patrimonio público natural y cultural: El crecimiento económico de las áreas litorales que se experimenta actualmente en Andalucía, lleva implícito, a menudo, daños en los ecosistemas, en las comunidades biológicas, así como en los bienes culturales. Su destrucción o modificación, ha provocado una pérdida de la herencia cultural común y única, siendo una de las causas más importantes, el desarrollo del negocio inmobiliario registrado en la costa española, afectando al litoral andaluz.

Este incremento de la construcción, ha cubierto sobradamente el déficit de viviendas con relación a la población, pero no las necesidades de viviendas de ésta, hecho motivado por las desmesuradas subidas de precios del metro cuadrado, tal y como se ha podido apreciar en los datos ofrecidos en el sistema de indicadores. Esta situación

genera una pérdida de la calidad de vida de la población de los municipios costeros, al no garantizar el acceso a una vivienda.

Sería interesante añadir a este punto, el fenómeno de aculturación en el que se encuentran sometidas determinadas zonas costeras del litoral andaluz. Entendiendo por aculturación, el proceso en el que la población local pierde su identidad cultural al adaptarse a un nuevo modelo socioeconómico, el cual conlleva como consecuencias la pérdida de tradiciones, desaparición total o parcial de ciertas tipologías constructivas, evolución hacia sociedades homogéneas, etc.

- Transferencia de costes entre actividades y usuarios: El actual proceso de desarrollo de las áreas litorales andaluzas ocasiona una carga económica a las arcas públicas. Esto se relaciona con la subsanación de las numerosas disfunciones ambientales, sociales y económicas que surgen. Dicha tendencia se agrava cuando se privatizan los beneficios. Es decir, el deterioro ambiental o el déficit de infraestructuras y equipamientos existentes se asumen como externalidades de los sectores productivos privados, y es la administración pública la que debe asumir la reposición.

Por cada uno de los motivos aquí expuestos y junto a los datos obtenidos en el sistema de indicadores, se puede concluir que el actual modelo de desarrollo turístico y humano dado en las áreas litorales de Andalucía es difícilmente sostenible a largo plazo en los términos en los que hasta la fecha se ha producido.

Por ello, a continuación se analizará el marco de gestión del turismo sostenible en Andalucía, con el fin de comprobar hasta qué punto se persigue la sostenibilidad en el actual modelo de gestión turística.

5.2. Turismo Sostenible en Andalucía: contexto

A partir de la Ley de Turismo del 15 de diciembre de 1999, se prevé en su artículo 15, la elaboración de un Plan General de Turismo que determine las principales necesidades, objetivos, prioridades y programas de acción, además de definir el modelo y la estrategia de desarrollo turístico de la Comunidad Autónoma.

La Consejería de Turismo, Comercio y Deporte es quien elabora dicho plan, por otra parte, es el Consejo de Gobierno a quien le corresponde su aprobación, remitiéndolo al Parlamento para su conocimiento.

Para poder avanzar en la política turística es indispensable orientar los esfuerzos hacia la supervisión y mejora de los instrumentos de gestión, además de profundizar en la relación entre la planificación y ejecución diaria de las medidas programadas.

El Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía, Horizonte 2020 (PGTSAH 2020) debe concebirse como un proceso articulado donde los agentes implicados desarrollan nuevas funciones en el conglomerado turístico, por ello es necesario formular un Plan que ponga en marcha dicho proceso, donde planificación y gestión se relacionen en una misma dinámica.

La aparición de nuevos productos, tecnología avanzada y nuevos destinos, han posibilitado cambios en la demanda de turismo en el continente europeo. Dichos cambios exigen una definición de respuestas adaptadas a la nueva realidad por parte de Andalucía, además de una reconfiguración de un nuevo modelo turístico para la región.

Tal y como se ha podido apreciar en los resultados de los indicadores, no es de extrañar que el turismo en Andalucía comience a dar signos de saturación. Progresivamente, se presentan condiciones de empeoramiento de los destinos, basados en productos convencionales con argumentos de venta apoyados en el precio o en factores de carácter parecido en otros destinos. Para combatir cierto agotamiento, existe unanimidad entre los agentes públicos y privados sobre las posibilidades y conveniencia de poner en marcha una política turística en Andalucía basada en la diferenciación y autenticidad. Para ello, es de vital importancia dotar a los destinos de una singularidad en valores y atributos que permitan mostrar un destino único y competitivo a largo plazo.

El atractivo turístico en el litoral andaluz debe tener un peso importante más allá del tradicional “sol y playa”, por ello es preciso un esfuerzo orientado a la creación de un Plan que incorpore todas las reflexiones necesarias y movilice los recursos y esfuerzos pertinentes.

Dichos esfuerzos deben ir encaminados a la búsqueda de la calidad total, afrontando un profundo cambio en el tejido productivo, en procesos de innovación en las instituciones y operadores públicos involucrados en la competitividad de los destinos. (PGTSAH 2020)

Es precisamente de dicha necesidad, donde nace el Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía, fuertemente apoyado en los contenidos del IV Pacto por el Turismo, como un proceso donde de forma consensuada con instancias representativas como la Mesa de Turismo, se dé forma al enfoque de turismo sostenible anteriormente tratado, propugnado desde diversas instancias sociales y económicas.

La actividad turística, normalizada de acuerdo con unos procesos de producción estandarizados, tiene un recorrido en el tiempo de aproximadamente sesenta años. Es a lo largo de este período, que se ha ido experimentando numerosas transformaciones, las cuales han afectado tanto a los agentes económicos como a los propios destinos turísticos, así como a la eclosión de nuevos productos. No obstante, en los últimos años se han venido experimentando cambios orientados hacia un nuevo paradigma de la actividad turística. El origen de estas modificaciones se encuentra, entre otros, en los factores descritos a continuación:

- Madurez en los destinos costeros.
Experiencias acumuladas en diversos destinos y productos turísticos en el visitante, incremento de la capacidad crítica, mayor nivel de exigencia, diversificación y ampliación de las motivaciones de ocio.
- Mayor preocupación por el cambio climático a partir de los años 90.
Aparecen nuevas pautas de comportamiento, mayor preocupación de los agentes implicados por el cambio climático y mayor poder en los medios de comunicación.
- Incremento y fragmentación de los períodos de vacaciones.
Diversificación en la oferta turística con incremento del turismo rural, escapadas de corta duración y turismo urbano, tales como manifestaciones culturales y deportivas. Búsqueda de alternativas al tradicional “sol y playa”.
- La aplicación de las nuevas tecnologías y la aparición de una nueva dimensión empresarial. Nuevos avances tecnológicos aplicados a la rapidez y confortabilidad del transporte, además de aplicaciones electrónicas en sistemas de reservas, la revolución de Internet en la información, la economía colaborativa.

5.3. Metas del turismo en Andalucía (IG1)

La administración pública, independientemente del territorio donde se localice, debe velar por un desarrollo armónico e integrado de las dimensiones social, económica y físico-natural de los destinos turísticos, de forma que se atienda de manera prioritaria al logro del bien común o interés general. Para ello, es fundamental la creación de un marco de gestión que facilite la cooperación entre instituciones con responsabilidades compartidas estableciendo unas metas comunes para ello. Sin embargo, la actividad turística se considera, principalmente, como un motor clave para la economía, especialmente en períodos de post-crisis, esto es concebido como tal por numerosos países.

Consecuentemente, los planes convencionales de turismo, a menudo persiguen exclusivamente alcanzar metas económicas a través de un crecimiento desmesurado de la industria turística, con el fin de orientar los objetivos hacia el aumento de los visitantes, un mayor volumen de negocio o creación de empleo.

Asimismo, la planificación turística se centra a menudo, en términos de uso del suelo y de planificación territorial, lo cual desemboca, en ocasiones, en un trato irrespetuoso con la comunidad, el entorno sociocultural o la propia empresa. (*Getz, 1983*)

En el escenario donde se centra el objeto de estudio del presente trabajo, es importante tener en cuenta hacia donde se orientan las metas en los documentos oficiales de la Comunidad Autónoma Andaluza, si incorpora el termino de sostenibilidad, si se toman iniciativas, desde un punto de vista turístico para paliar los daños acuciados en el litoral, y si existen planes para su conservación y protección.

Para ello, es fundamental partir del contexto actual del sector turístico en Andalucía y conocer los principales retos y objetivos a conseguir. A través de sesiones de trabajo con el sector turístico andaluz en la “Conferencia Estratégica de Turismo” celebrada en Torremolinos (Málaga) el 22 de noviembre de 2012, y de las “Jornadas Provinciales de Planificación Estratégica” que tuvieron lugar entre el 17 y 27 de junio de 2013 en las ocho capitales andaluzas, se han podido extraer los diez objetivos más significativos para el turismo sostenible en Andalucía, el resultado de la sistematización de las mayores preocupaciones del sector en la región:

- Promover la sostenibilidad integral del destino, minimizando los impactos negativos que se derivan de las actividades turísticas y potenciando aquellos positivos.
- Fomentar la creación y desarrollo de productos y rutas turísticas que contribuyan a la desestacionalización de la demanda y a la generación de empleo estable.
- Mejorar la eficacia y eficiencia de los instrumentos de promoción y comercialización de la oferta turística regional, con objeto de consolidar la posición de la marca Andalucía en el mercado nacional e internacional.
- Articular mecanismos que fortalezcan la cooperación público-privada, así como la coordinación interadministrativa, potenciando el trabajo en red y las sinergias asociativas.
- Potenciar la complementariedad entre los diferentes segmentos, destinos y productos turísticos, contribuyendo a la mejora de la competitividad del sector.

- Impulsar la profesionalización del capital humano, mejorando los niveles de formación (reglada o práctica) y cualificación, como factor de excelencia y garantía de calidad en el empleo.
- Generalizar el uso de las nuevas tecnologías en el turismo, apoyando la investigación y la innovación, y potenciando el desarrollo de un conocimiento científico aplicado, transparente y accesible.
- Lograr la excelencia y calidad total del destino turístico andaluz, como factor diferenciador frente a otros destinos competidores, y desde una concepción que incluya todos los servicios y productos turísticos.
- Implementar mecanismos normativos de armonización, estandarización y articulación de la oferta, así como habilitar mecanismos jurídicos de control de su adecuado cumplimiento.
- Fortalecer la internacionalización de las empresas turísticas andaluzas.

Estos objetivos han servido como base en la elaboración de metas más concretas establecidas en diferentes documentos oficiales. Cabe mencionar, no obstante, que no existe un documento específico donde se defina de forma explícita una política turística a nivel comunitario, y donde se establezcan las metas que persigue Andalucía para el sector turístico de manera clara y concisa. No obstante, es posible encontrar estas metas a través de los siguientes documentos.

5.3.1 *Estatuto de Autonomía de Andalucía*

El estatuto de Autonomía de Andalucía²⁰ cuenta con un total de 250 artículos, 11 títulos, cinco disposiciones adicionales, dos disposiciones transitorias, una disposición derogatoria y tres disposiciones finales.

Se describen a continuación las diferentes metas aparecidas en el documento:

- Artículo 37. *Principios rectores.*

14.º “*El fomento de los sectores turísticos y agroalimentario, como elementos económicos estratégicos de Andalucía*”.

Tal y como se manifiesta en el texto, el turismo se entiende como un sector económico estratégico para la región, por lo que el fomento del turismo debe ser un principio rector en sus políticas públicas, orientadas a garantizar y asegurar el ejercicio de los derechos

²⁰ Atendiendo a la Ley Orgánica 2/2007, de 19 de marzo, de reforma del Estatuto de Autonomía para Andalucía.

reconocidos en el Capítulo II del Estatuto y alcanzar los objetivos básicos establecidos en su artículo 10.

Así pues, es fundamental una apuesta por parte de la Junta de Andalucía para contribuir a mejorar la oferta turística en la región, así como lograr que el destino Andalucía siga siendo un destino competitivo y de los más relevantes a nivel nacional/internacional.

- Artículo 71. *Turismo*

El artículo 71 del Estatuto de Autonomía de Andalucía hace referencia a la exclusividad de competencias de la que dispone la región en materia de turismo y a través del cual se fundamenta la Ley 13/2011 del 23 de diciembre, de Turismo de Andalucía.

- Artículo 197. *Producción y desarrollo sostenible*

Por otra parte, en el artículo 197 del Estatuto de Autonomía de Andalucía se concreta que “los poderes públicos de Andalucía orientarán sus políticas especialmente al desarrollo del turismo sostenible, la protección del litoral y la red de espacios naturales protegidos, así como al fomento de una tecnología eficiente y limpia”.

Se incorpora, por tanto, una interesante intención, por parte de las administraciones públicas, de vincular la actividad turística (concebida como actividad económica) con criterios de sostenibilidad, incluyendo la protección del litoral y los espacios naturales protegidos.

5.3.2 *Ley 13/2011 del 23 de diciembre, de Turismo de Andalucía.*

Mediante la presente ley se reconoce la promoción de Andalucía como destino turístico atendiendo a la realidad cultural, medioambiental, económica y social de la región.

Las metas que se recogen en la ley son las siguientes:

- Desestacionalización y garantía del tratamiento unitario de la marca turística.
- La determinación de las competencias de las diferentes Administraciones Públicas de la Comunidad Autónoma.
- La protección de los recursos turísticos de acuerdo con el principio de sostenibilidad.
- El estímulo del asociacionismo empresarial y profesional y la mejora de la competitividad del sector turístico.
- La erradicación de la clandestinidad o la competencia desleal en la actividad turística y la defensa y protección de las personas usuarias de los servicios turísticos.
- El impulso de la accesibilidad universal a los recursos y servicios turístico y el acceso a la información en igualdad de condiciones.

A continuación se analiza el documento diseñado por la Comunidad Autónoma para la gestión del turismo, el Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía, Horizonte 2020 (PGTSAH 2020).

5.3.3 *Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía, Horizonte 2020 (2014-2020)*

El PGTSAH 2020, recientemente aprobado por el Consejo de Gobierno²¹, se trata de un documento que define el marco estratégico para consolidar el sector turístico como motor de crecimiento económico para Andalucía.

El plan está compuesto por ocho líneas de actuación y 30 programas. Cuenta con 5 años de vigencia y el principal fin es conseguir que el destino andaluz llegue a alcanzar la cifra de 31,5 millones de visitantes²² a través de una serie de pautas que sirvan para dirigir la evolución de la actividad turística y dotarla de una capacidad de respuesta tal que pueda asumir cualquier cambio en el mercado, en la competencia y la tecnología.

A continuación se muestran los principales objetivos del PGTSAH 2020²³:

Tabla 5.3.3.1 Objetivos del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía. Horizonte 2020

<i>PLAN GENERAL DE TURISMO SOSTENIBLE DE ANDALUCÍA (2014-2020)</i>	
OBJETIVO GENERAL	<i>“Consolidar la sostenibilidad integral y la competitividad del turismo como sector estratégico de la economía andaluza, generador de empleo y desarrollo económico”.</i>
PRINCIPALES OBJETIVOS	
1. Definir estrategias políticas para implementar un modelo de desarrollo turístico sostenible, viable, equitativo y competitivo, que haga un uso óptimo de los recursos disponibles, respetuoso con los valores locales y los espacios donde se desarrolla el turismo y que garantice la cohesión territorial.	
2. Potenciar el tejido empresarial turístico y generar empleo estable y de calidad. Principio de igualdad.	
3. Impulsar la creación y difusión de productos que divulguen y pongan en valor los recursos naturales, culturales, territoriales y paisajísticos de los distintos territorios de Andalucía, procurando la complementariedad y la liberación de sinergias entre los distintos segmentos, la imagen de la calidad de los espacios turísticos y la implicación de la población local en la experiencia turística.	
4. Vincular la sostenibilidad al desarrollo de un modelo turístico que se apoye en la gestión integral de la calidad en los destinos, la innovación dentro del tejido empresarial, especialmente la tecnología y la formación y transferencia de conocimiento entre sus profesionales.	
5. Promover un proceso de integración entre la planificación y la gestión, que permita adaptarse a	

²¹ Decreto 37/2016, de 9 de febrero, por el que se aprueba el Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía Horizonte 2020.

²² Representa un aumento del 7,9%, habiendo recibido, durante el pasado año 2015, 26 millones de visitantes.

²³ De acuerdo con el artículo 2 del Decreto 38/2013 por el que se aprueba su formulación.

la evolución de la coyuntura económica impulsando con ello el crecimiento diferencial de una oferta y demanda con mayor valor añadido.
6. Establecer mecanismos de participación efectivos entre los actores implicados en el modelo de desarrollo turístico, que fomenten el reconocimiento social del turismo y que generen espacios e instrumentos de cooperación en el ámbito de la decisión, la gestión y la financiación.
7. Favorecer la rehabilitación integral de destinos maduros del litoral, dar un impulso a la innovación y puesta en valor de la oferta interior, así como incentivar los destinos sostenibles emergentes, mejorando nuestra oferta tradicional.

Fuente: Elaboración propia a partir del PGTSAH 2020

Como principales objetivos, tal y como puede apreciarse, el PGTSAH 2020 plantea siete grandes bloques con diferentes temáticas, desde potenciar el tejido empresarial y generar empleo estable y de calidad, hasta generar sinergias con otros sectores productivos.

En definitiva, se incorporan en el Plan interesantes propuestas en cuanto cuestiones sobre el cambio climático, dirigido a una reformulación del modelo turístico andaluz tradicional de sol y playa.

En general, se aprecia como las metas del Plan tienden a unir competitividad con sostenibilidad, asimismo, brinda importancia a los agentes sociales, tanto en la percepción de los destinos ante el turista, como en la atención a las necesidades de la sociedad.

A modo de conclusión, es interesante destacar como la palabra “sostenibilidad” es un recurso habitual en los documentos oficiales de los últimos años, no obstante, aún habiendo suscitado cierto interés de los agentes implicados en el turismo, los resultados siguen siendo actualmente bastante pobres, siendo los avances muy poco significativos.

Por ello, actuar de forma cohesionada hacia un sistema de gestión orientado al turismo sostenible en los destinos del litoral andaluz es un reto de gran magnitud, que supone, no únicamente, transformar la inercia de actuación, sino también un cambio de rumbo en los principios y modelos sobre los que se basa la gestión público-privada.

Para poder llevar a cabo dicho cambio, es necesaria la construcción de unas metas orientadas hacia el reconocimiento y valoración del destino turístico, lo que supone reconocer que el turismo descansa en los mismos fundamentos e intereses que las políticas públicas destinadas a la conservación del patrimonio y la identidad del territorio. Así pues, el turismo debe velar por corregir los impactos que acarrea la actividad sobre el medio y los recursos, pero también debe ser el principal interesado en la conservación y calidad del patrimonio. Se trata, por tanto, de lograr una estrecha relación entre la actividad turística y la conservación de valores. (Valls, 2004)

5.4 Estrategias para el desarrollo de la política turística en Andalucía (IG2)

La actual situación de incertidumbre política trae como consecuencia un contexto económico y financiero complejo, donde el el turismo se ve plenamente afectado. Asimismo, los cambios en la dinámica y en las tendencias de la demanda, determinan la necesidad de rediseñar una nueva estratégica turística de forma que permita afrontar con rigor los retos que acarrea la incorporación de un nuevo modelo de turismo sostenible.

Teniendo en cuenta, los datos registrados a través del sistema de indicadores propuesto y el presente escenario turístico, es de vital importancia disponer de una visión estratégica que desarrolle políticas que consoliden la posición de Andalucía en un contexto de creciente competencia internacional.

Una correcta estrategia debe tener en cuenta diferentes perspectivas que permitan ampliar el campo de resultados a los económicos, sociales y medioambientales.

Tabla 5.4.1 Estructura de perspectivas para los destinos turísticos



Fuente: Elaboración propia a partir de Olve, et al., 2000

Asimismo, debe contar con una serie de variables críticas de actuación debidamente llevadas a cabo con éxito para conseguir la estrategia deliberada. Dichas variables críticas de actuación son individuales y dependen de la estrategia turística establecida en cada destino. La creación de las líneas estratégicas del PGTSAH 2020, *se fundamentan en la dilatada experiencia de concertación social de las políticas públicas con los agentes económicos y sociales en la Comunidad Autónoma, tanto a nivel general (Acuerdos de Concertación Social de Andalucía) como, especialmente, en el ámbito de la política turística (Pactos Andaluces por el Turismo).* (BOJA nº 59 de 26/03/2013)

Por este motivo, se recogerán a continuación, los objetivos y líneas estratégicas aparecidas en el IV Pacto Andaluz por el Turismo, “Acuerdo por la Sostenibilidad, el Empleo, la Excelencia y la Competitividad del Sector Turístico Andaluz”, firmado el 18 de febrero de 2013.

5.4.1 Líneas estratégicas del IV Pacto Andaluz por el Turismo

El Pacto Andaluz por el Turismo, competencia de la Consejería de Turismo y Deporte, surge fruto del acuerdo entre el gobierno andaluz y los agentes económicos y sociales más representativos, la Conferencia de Empresarios de Andalucía, la Unión General de Trabajadores de Andalucía y Comisiones Obreras de Andalucía, además de hallarse amparado, por un lado, en el cumplimiento de lo establecido en el VII Acuerdo de Concertación Social de Andalucía, firmado el 24 de noviembre de 2009 y por otro, en los compromisos recogidos en el acuerdo por Andalucía, acuerdo de Gobierno entre PSOE-A/IULV-CA, firmado el 18 de abril de 2012.

Este Pacto recoge una serie de líneas estratégicas para el desarrollo sostenible del sector turístico de Andalucía. Se recogen a continuación:

1. Sostenibilidad Turística Integral.

El documento hace referencia a la importancia del desarrollo sostenible en la actividad turística de la Comunidad Autónoma, donde entendimiento e implantación de la sostenibilidad desde un sentido integral es necesario para un correcto desarrollo turístico. Tiene en cuenta, además de los aspectos medioambientales, económicos y sociales, las dimensiones y procesos sin los cuales no podría ser sostenible, tales como los culturales, institucionales, territoriales, etc.

2. Lucha contra la estacionalidad.

Punto esencial para llevar a cabo uno de los principales objetivos mencionados anteriormente, es la lucha contra la estacionalidad. En el IV Pacto Andaluz por el Turismo se realiza una propuesta para la creación del Plan Estratégico contra la Estacionalidad, en el cual se pretende fomentar, impulsar y desarrollar modalidades que permitan la continuidad de la actividad turística en temporada baja. Punto clave para el turismo de “sol y playa” en el litoral andaluz, que siendo fuertemente estacional, requiere de una adecuada estrategia que permita combatir dicha particularidad, a través de la diversificación y el crecimiento ordenado y equilibrado de la oferta turística.

3. Refuerzo y posicionamiento de la Marca Andalucía.

El Pacto propone el Plan de Marketing 2013-2016, el cual busca renovar la imagen de Andalucía hacia el exterior, buscando reforzar la marca como un referente de turismo de calidad y captando mayores cuotas en los mercados emergentes.

4. Apoyo a las empresas y al emprendimiento turístico.

En el documento se mencionan acuerdos con el Gobierno Central y entidades financieras que permitan líneas de crédito para facilitar la financiación de empresas turísticas. Además, menciona la creación de Clubes de Productos de segmentos emergentes, así como agilizar la gestión de las ayudas al tejido turístico productivo andaluz.

5. Estabilidad y Calidad en el Empleo.

Uno de los puntos fuertes en las líneas estratégicas del Pacto es la apuesta realizada hacia la creación de empleo de calidad y su estabilidad a lo largo del año. Ciertamente, se trata de uno de los principales retos, junto a la desestacionalización de los destinos turísticos andaluces. Ambas líneas van en consonancia, pues difícilmente se podrá conseguir un empleo estable si sigue existiendo una principal temporada al año de llegada de visitantes.

6. Andalucía como destino Turístico de Excelencia.

El Pacto enumera varias aportaciones, tales como el Plan de Calidad Turística de Andalucía, además de actuaciones para la sostenibilidad y promoción del litoral; racionalizar, cualificar y mejorar la competitividad de la oferta turística pública de Andalucía, etc.

7. Innovación y competitividad turística.

Se hace referencia a la importancia de impulsar la actividad del Centro de Innovación Turística de Andalucía, así como implantar nuevas tecnologías en las pymes, favorecer la investigación turística, promoción online y la presencia en las redes sociales.

8. Desarrollo reglamentario de la Ley 13/2011, de 23 de diciembre, de Turismo de Andalucía.

Se presta especial atención a la ordenación de los servicios turísticos, tales como alojamiento, empresas de intermediación u organización de actividades de turismo activo.

9. Cooperación Público-Público y Público-Privada.

Importante mencionar que en la coyuntura económica actual, es necesario optimizar las inversiones que se realizan, por ello es importante definir una política cooperativa donde se compartan esfuerzos por parte de las administraciones públicas y del sector privado.

10. Reforzar el papel de Andalucía en la política turística.

Se busca colaboración y coordinación con el Ministerio de Industria, Energía y Turismo, además de otras entidades, con el fin de aunar esfuerzos en materia de promoción y calidad,

así como hacer uso de Turespaña como un instrumento para la promoción turística equilibrada de todo el territorio nacional.

11. Consolidar el consenso y la participación de organismos público-privados.

Se pretenden una serie de acuerdos para tal fin, tales como:

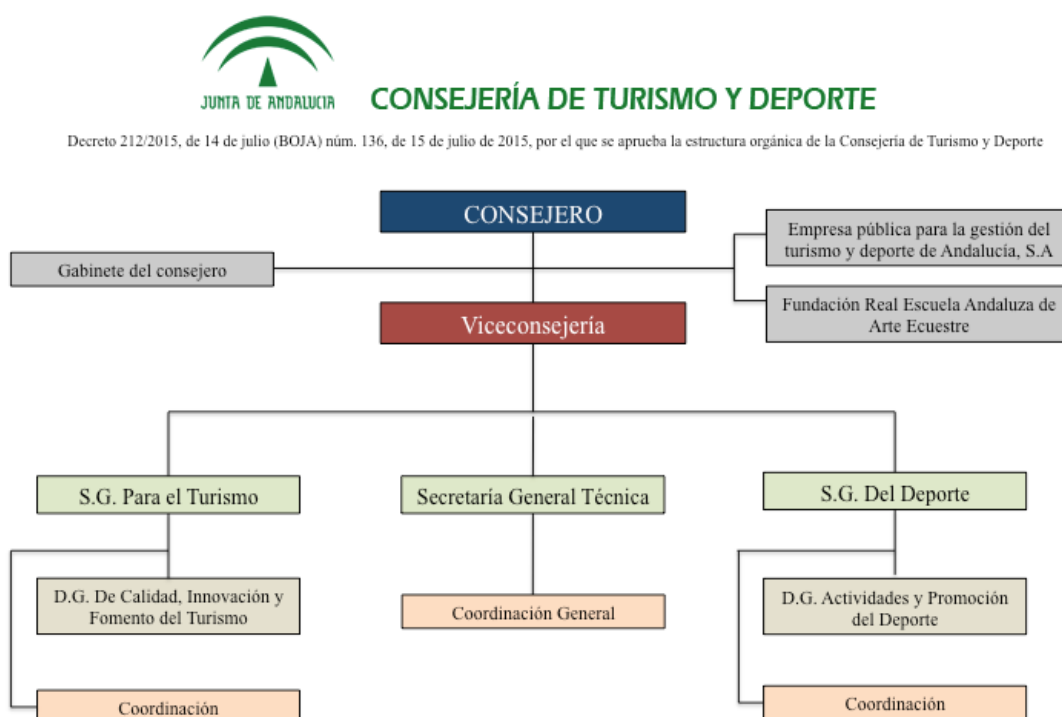
- Afianzar la Mesa de Turismo como lugar de encuentro, negociación y diálogo.
- Seguimiento, evaluación e impulso de acuerdos alcanzados en este ámbito.
- Estudiar posibilidades para que la Mesa de Turismo estudie la posibilidad de ampliar el consenso regional en materia de turismo a otros aspectos territoriales de la región.

Una vez expuestas las líneas estratégicas que lleva a cabo la Junta de Andalucía, es necesario mencionar la falta de importancia que se le otorga a la Consejería de Turismo y Deporte como apoyo para el desarrollo turístico de la región.

A pesar de ser el turismo uno de los principales pilares de la economía y sociedad de Andalucía, parece ser que la Consejería no se ve reflejada como un punto importante para el sostenibilidad del turismo en la comunidad andaluza. No obstante, para poder conocer la estructura orgánica y funcional de la propia Consejería, se considera oportuno analizar cómo se encuentra configurado su organigrama, de esta forma se permite conocer la jerarquía de los diferentes órganos que la componen.

5.4.2 Estructura competencial

Figura 5.4.2.1 Organigrama Consejería de Turismo y Deporte



Fuente: Elaboración propia a partir de la Consejería de Turismo y Deporte. Junta de Andalucía

Previamente, se destacarán aquellos órganos, dedicados al área de turismo, de destacada importancia en la estructura competencial, con el fin de señalar sus principales funciones dentro de la Consejería de Turismo y Deporte.

- Consejo Andaluz de Turismo

En el Consejo Andaluz de Turismo están representados los agentes implicados en el sector, tanto trabajadores y empresarios turísticos, como consumidores, técnicos y expertos, entre otros. Sus principales funciones son:

- Ser consultado en los procedimientos de Declaración de Municipios Turísticos, de Zonas de Preferente Actuación Turística.
 - Elaborar el Plan General de Turismo, los Programas de Recualificación de Destinos, los Programas de Turismo Específicos.
 - Aprobación de Denominación Geoturísticas o de medidas especiales para la promoción y el aprovechamiento de los recursos turísticos de las mismas.
 - Declaración de fiestas, acontecimientos, rutas o publicaciones de interés turístico nacional de Andalucía.
 - Adopción de los acuerdos de delegación de competencias a favor de las Entidades Locales.
 - Elaboración de disposiciones de carácter general que tengan por objeto la ordenación o promoción del turismo.
 - Supervisar el desarrollo y cumplimiento de los planteamientos y objetivos del Plan General de Turismo.
- Consejo de Coordinación Interdepartamental en materia de turismo.

Es un órgano de planificación estratégica, coordinación y asesoramiento de la Administración de la Junta de Andalucía. Sus principales funciones son:

- Conocer la situación turística general de Andalucía y la intervención que las diversas Consejerías desarrollan mediante informes de los órganos implicados.
- Informar con carácter previo los programas de actuación que, vinculados al turismo, fueran a ser realizados por la Junta de Andalucía.
- Establecer los criterios generales de actuación y las líneas estratégicas básicas que orientarán la actividad de la Junta de Andalucía en Turismo.
- Coordinar todas las actuaciones que, en materia de turismo, puedan afectar al ámbito de acción de distintas Consejerías.

A modo de conclusión, y a pesar del peso del turismo para la Comunidad andaluza a día de hoy, aún no se concede una Consejería propia para Turismo. Por otra parte, tal y como puede apreciarse en el organigrama, se dota a las áreas de Turismo y Deporte de una Secretaría General, algo diferente a lo que ocurría en la anterior organización (Consejería de Turismo y Comercio), donde el peso del turismo era mayor que el área de Comercio. Esto refleja la importancia del turismo dentro de la Consejería, que se establece igualitaria frente al área de Deporte.

Por otra parte, sería interesante prever la capacitación de los recursos humanos con los que cuenta la Administración para el desarrollo de las metas turísticas. De nada sirve plantear unas buenas metas y líneas estratégicas si el personal encargado para su consecución no cuenta con la formación y habilidades adecuadas para ello. La capacitación de los trabajadores persigue estimular la puesta en valor de los recursos turísticos en España, así como establecer líneas de actuación idóneas para un correcto desarrollo del turismo, permitiendo una prospección o investigación de posibles fenómenos turísticos basados en indicios actuales.

5.4.3 Estrategias del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía, Horizonte 2020

El PGTSAH 2020 cuenta con 30 programas de actuación destinados a llevar a cabo ocho líneas estratégicas definidas en el plan. Cada una de las líneas guarda relación con la sostenibilidad turística, no obstante, para dilucidar hasta qué punto se coordinan los programas de actuación y las líneas estratégicas, se ha considerado oportuno establecer la vinculación y prioridad de actuación de cada uno de los programas, en la siguiente tabla.

Tabla 5.4.3.1. Líneas estratégicas del PGTSAH 2020 y su vinculación con los programas de actuación.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS DEL PGTSAH 2020 Y SU VINCULACIÓN CON LOS PROGRAMAS DE ACTUACIÓN									
PROGRAMAS DE ACTUACIÓN	1. Articulación integral y cooperativa.	2. Apoyo al emprendimiento turístico	3. Estabilidad y calidad de empleo	4. Gestión de estacionalidad turística	5. Refuerzo y posicionamiento marca Andalucía	6. Andalucía: destino turístico de excelencia	7. Innovación y competitividad turística	8. Segmentos turísticos: dllo. y complementariedad.	PRIORIDAD EJECUCIÓN DEL PROGRAMA
1. Adecuación entre planificación y gestión	ALTA	MEDIA						MEDIA	1
2. Coordinación administrativa y público-privada	ALTA	MEDIA			MEDIA	MEDIA		MEDIA	2
3. Elaboración inventario de recursos y productos turísticos	MEDIA	ALTA			MEDIA			ALTA	1
4. Accesibilidad administrativa	ALTA	MEDIA					MEDIA		3
5. Programa de apoyo a la formación de clubes de productos	MEDIA	ALTA			MEDIA	MEDIA	MEDIA	MEDIA	2
6. Programa de apoyo al emprendimiento turístico sostenible y competitivo		ALTA	MEDIA			MEDIA	MEDIA	MEDIA	1
7. Apoyo al desarrollo de productos turísticos adaptados a la demanda		ALTA		MEDIA		MEDIA	MEDIA	MEDIA	1
8. Apoyo a emprendedores		ALTA	MEDIA	MEDIA			MEDIA	MEDIA	2
9. Apoyo normativo a las empresas turísticas para el mantenimiento de un empleo estable y de calidad	MEDIA	MEDIA	ALTA	ALTA		MEDIA			1
10. Promover el acceso al empleo de colectivos desfavorecido			ALTA	MEDIA		MEDIA	MEDIA		2
11. Impulso a segmentos y productos turísticos con motivaciones no estacionales		MEDIA	MEDIA	ALTA	MEDIA			MEDIA	1

LÍNEAS ESTRATÉGICAS DEL PG TSAH 2020 Y SU VINCULACIÓN CON LOS PROGRAMAS DE ACTUACIÓN									
PROGRAMAS DE ACTUACIÓN	1. Articulación integral y cooperativa.	2. Apoyo al emprendimiento turístico	3. Estabilidad y calidad de empleo	4. Gestión de estacionalidad turística	5. Refuerzo y posicionamiento marca Andalucía	6. Andalucía: destino turístico de excelencia	7. Innovación y competitividad turística	8. Segmentos turísticos: dlo. y complementariedad.	PRIORIDAD EJECUCIÓN DEL PROGRAMA
12. Impulso a segmentos y productos turísticos de comportamiento estacional complementario		MEDIA	MEDIA	ALTA	MEDIA			MEDIA	2
13. Concienciación para la gestión de la estacionalidad del sistema turístico andaluz	ALTA		ALTA	ALTA					3
14. Promoción y comercialización de productos turísticos diversificados fuera de temporada alta		MEDIA	MEDIA	ALTA	ALTA		MEDIA	MEDIA	1
15. Promoción de productos turísticos que proporcionen experiencias y emociones	MEDIA	MEDIA			ALTA	MEDIA	MEDIA	MEDIA	1
16. Coordinación pública-privada para el posicionamiento del destino a través de la investigación	ALTA	MEDIA			ALTA		MEDIA		3
17. Promoción y comercialización de productos turísticos segmentados por temporadas		MEDIA	MEDIA	MEDIA	ALTA			MEDIA	3
18. Utilización de las Nuevas Tecnologías en la promoción y comercialización turística		MEDIA			ALTA	MEDIA	ALTA	MEDIA	1
19. Profesionalización de los recursos humanos		MEDIA	MEDIA	MEDIA		ALTA	MEDIA	MEDIA	1
20. Defensa y protección de los derechos de los usuarios turísticos	MEDIA					ALTA			3

LÍNEAS ESTRATÉGICAS DEL PG TSAH 2020 Y SU VINCULACIÓN CON LOS PROGRAMAS DE ACTUACIÓN									
PROGRAMAS DE ACTUACIÓN	1. Articulación integral y cooperativa.	2. Apoyo al emprendimiento turístico	3. Estabilidad y calidad de empleo	4. Gestión de estacionalidad turística	5. Refuerzo y posicionamiento marca Andalucía	6. Andalucía: destino turístico de excelencia	7. Innovación y competitividad turística	8. Segmentos turísticos: dlo. y complementariedad.	PRIORIDAD EJECUCIÓN DEL PROGRAMA
21. Accesibilidad universal en los destinos turísticos de Andalucía		MEDIA	MEDIA	MEDIA		ALTA	MEDIA		1
22. Apoyo a la calidad y fomento de la sostenibilidad en las infraestructuras turísticas.	MEDIA		MEDIA		MEDIA	ALTA	MEDIA	MEDIA	1
23. Generalización del uso de las nuevas tecnologías en el turismo		MEDIA			MEDIA	ALTA	ALTA		1
24. Impulso a la internacionalización de las empresas turísticas andaluzas	MEDIA	MEDIA			MEDIA		ALTA	MEDIA	2
25. Desarrollo de la investigación, innovación y modernización del sector turístico andaluz	MEDIA	MEDIA			MEDIA	ALTA	ALTA		1
26. Creación de productos turísticos en base a la innovación tecnológica		MEDIA			MEDIA	MEDIA	ALTA	MEDIA	3
27. Desarrollo de microproductos y segmentos turísticos emergentes		MEDIA		MEDIA	MEDIA	MEDIA	ALTA	ALTA	1
28. Complementariedad entre segmentos, destinos y productos turísticos	MEDIA	MEDIA		MEDIA	MEDIA	MEDIA	MEDIA	ALTA	2
29. Desarrollo del turismo de reuniones en complementariedad con otros segmentos turísticos	MEDIA			MEDIA	MEDIA			ALTA	1
30. Impulso a la creación y desarrollo de rutas e itinerarios gastronómicos.	MEDIA	ALTA			MEDIA	MEDIA	MEDIA	ALTA	1

Fuente: Elaboración propia a partir del PG TSAH 2020

Las líneas estratégicas registradas en el Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía, Horizonte 2020, parecen representar un planteamiento coherente con un modelo de sostenibilidad integral. Si se analiza la tabla anterior (5.4.3.1), el plan parece asegurar la competitividad actual y futura, favoreciendo a todos los agentes implicados, permitiendo el diseño de productos rentables y ajustando la demanda a las últimas tendencias.

En definitiva, constituyen las directrices que, a grandes rasgos, definen los pilares sobre los que se han diseñado los programas de actuación.

No obstante, cabe señalar que los programas con mayor prioridad de actuación son, principalmente, los dirigidos a la comercialización del producto turístico desde una perspectiva económica. A grandes rasgos, destacan aquellos programas orientados hacia la promoción, creación de nuevas tecnologías, apoyo a la calidad y al emprendimiento de productos turísticos, dejando en un segundo plano programas como la concienciación institucional para la gestión de la estacionalidad del sistema turístico andaluz o la defensa y protección de los derechos de los usuarios turísticos.

Además de las líneas estratégicas mencionadas, se incluye en el plan una estrategia específica orientada al desarrollo turístico sostenible del litoral andaluz.

- La Estrategia para el Desarrollo Turístico Sostenible del Litoral Andaluz

Esta estrategia se diseña a modo de complemento para los municipios costeros de Andalucía. (18% del territorio sobre el total de la superficie de provincias costeras) Tal y como se aprecia en la tabla 3.1.2, según los datos de los indicadores, Andalucía es un destino principalmente de “sol y playa”, con un total de 372 playas distribuidas a lo largo de 910 kilómetros de costa. (IGN y el INE, 2016)

El 60% del total de visitantes recibidos en Andalucía se concentran en la costa, por ello es preciso fomentar un nuevo modelo de desarrollo turístico del litoral diferente al habitual “sol y playa”.

Para ello, el PG TSAH 2020 apuesta por una oferta de actividades en respuesta a un perfil de demanda que trascienda del modelo tradicional y busque alternativas motivacionales que incentiven la preservación de los valores naturales/culturales del litoral y se aleje del modelo desarrollista que en décadas pasadas realizó un uso excesivo del territorio.

Parece ser que en las líneas estratégicas generales del plan, no se incluyen aspectos relacionados con el medio ambiente que garanticen la conservación de los espacios naturales, recurso turístico, cabe mencionar, de gran importancia en Andalucía.

Cabe mencionar que la estrategia anteriormente mencionada, supone una aplicación más concreta de los Principios Rectores, Líneas Estratégicas y Programas de Actuación que se establecen en el Plan, respondiendo, por tanto, a necesidades más específicas orientadas al cuidado del medio ambiente.

No obstante, Andalucía no cuenta con una estrategia explícita y específica para el turismo. En su lugar, cuenta con un plan estratégico que define una serie de líneas estratégicas listas para llevar a cabo únicamente en los períodos de aplicación de los Planes Generales de Turismo Sostenible que viene aprobando la Comunidad andaluza.

No es de extrañar la falta de enfoque estratégico que queda al descubierto en la organización de la administración de Andalucía, la cual no parece otorgar importancia o prioridad en su actual estructura orgánica a los temas relacionados con turismo.

El turismo debe concebirse como un fenómeno complejo y diverso, que debe ser gestionado de forma estratégica y transversal. Sin embargo, parece ser que sigue concibiéndose como una actividad económica capaz de regularse con políticas sectoriales dentro de un sistema de mercado cambiante y al que continuamente se intenta adaptar sin una estrategia clara que cubra el largo plazo.

5.5 Instrumentos para la gestión turística en Andalucía (IG3)

La Comunidad andaluza cuenta con una serie de instrumentos para llevar a cabo el modelo de gestión turística actual, debiéndose ajustar a las especificaciones y directrices que se contemplan en el PGTSAH 2020. A continuación se dividirán los instrumentos que aplica Andalucía en instrumentos transversales y sectoriales.

5.5.1 Principales instrumentos transversales para la gestión turística en Andalucía

La enorme variedad de usos y actividades, así como la diversidad de instituciones competentes en el litoral andaluz, además del dinamismo socioeconómico propio de estas áreas, han sido un obstáculo para las administraciones públicas en cuanto a la creación de instrumentos eficaces y proactivos que permitan una correcta gestión del litoral.

A continuación destacan los siguientes instrumentos transversales para la gestión con interés para el turismo:

- *Plan de Ordenación del Territorio de Andalucía (POTA)*²⁴.

²⁴ Aprobado por el Decreto 206/2006, de 28 de noviembre y publicado en el BOJA de 29 de diciembre de 2006.

Se trata de un instrumento dedicado a la planificación y ordenación que establece los elementos básicos para la organización y estructura del territorio andaluz.

Se considera oportuno mencionarlo en el presente trabajo, pues es el marco de referencia territorial para los planes de ámbito subregional y para las actuaciones que recaen sobre la ordenación del territorio (usos del suelo, infraestructuras y servicios), así como para la acción pública en general.

El principal objetivo del POTA es contribuir a un desarrollo territorial sostenible y cohesionado, además de pretender, igualmente, mejorar la competitividad de la integridad del territorio andaluz: áreas metropolitanas, litorales, rurales, de montaña y ciudades medias del interior.

Por ello, el POTA supone un excelente marco en el cual se pueden desarrollar iniciativas de turismo sostenible.

- *Propuesta de Estrategia Andaluza de Gestión Integrada de Zonas Costeras.*

Volviendo a la EAGIZC (2008), siendo un documento que afecta de forma específica al litoral andaluz, fue elaborado de forma participativa y con un enfoque transversal y sostenible (orientado a largo plazo), basando sus líneas de actuación en el desarrollo de los siguientes pilares estratégicos:

- Crear una coalición entre las unidades departamentales de la Junta de Andalucía más implicadas e interesadas en un modelo sostenible de gestión de las áreas litorales. Esta línea de trabajo repercute directamente sobre el turismo en las zonas costeras y precisa de políticas de alianza capaces de proyectar una visión estratégica para definir un modelo sostenible en el largo plazo. Se considera necesario señalar recalcar la importancia del largo plazo, pues con políticas definidas para ciclos políticos de cuatro años, no será posible una correcta gestión, siendo necesario, por tanto, coordinación y colaboración en la definición de políticas.
- Creación de instrumentos pensados y adaptados a los nuevos retos de la gestión pública en las áreas litorales. Se precisa la creación de espacios de encuentro, coordinación con otros sectores para lograr sinergias. Por otra parte, se debe dar mayor importancia a los mecanismos de participación en la toma de decisiones, pues resulta fundamental para asegurar que la visión transversal del turismo sostenible quede siempre presente en las actuaciones de todas las consejerías e instituciones.
- Disponer recursos que permitan avanzar en el desarrollo de la estrategia definida.

No obstante, y a pesar de disponer interesantes propuestas, la ausencia de políticas definidas y explícitas para el litoral andaluz, además de los continuos cambios en la organización de la Junta de Andalucía, así como la crisis económica, no han hecho posible que la estrategia planteada se aprobara.

5.5.2 *Principales instrumentos sectoriales para la gestión turística en Andalucía*

La Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía ha elaborado múltiples instrumentos para la gestión turística. El instrumento estratégico más importante es el ya mencionado, Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía, Horizonte 2020 (2014-2020), de cuya aplicación derivan otros instrumentos de carácter más operativo.

De este modo, el PGTSAH 2020, refleja una serie de instrumentos de diversa índole, así como otros instrumentos en colaboración con la Administración General del Estado. A continuación se enumeran, (describiendo aquellos con una clara implicación territorial)²⁵.

1. Marcos Estratégicos para la Ordenación de los Recursos y las Actividades Turísticas (MEORAT)
2. Estrategias de Turismo Sostenible de Andalucía: instrumento sobre el que ha pivotado la colaboración entre distintos agentes públicos y privados en el ámbito local, permitiendo potenciar los recursos endógenos del territorio, y con el propósito de favorecer la creación de productos turísticos nuevos o mejorar los existentes, fortalecer la competitividad del sector turístico local, desarrollar y mejorar el espacio turístico e implementar sistemas y herramientas de gestión de calidad.
3. Programas de Recualificación de Destinos: instrumento realizado especialmente para la Costa del Sol por ser una de las zonas turísticas más saturadas de todas las áreas litorales de Andalucía. Por ello el gobierno andaluz ha pretendido generar un nuevo documento donde se establezcan prioridades ante dicha situación, con el principal fin de generar un nuevo modelo más sostenible y con menor presión territorial.
4. Planes Turísticos de Grandes Ciudades. Existiendo a día de hoy seis planes, dedicados a las siguientes ciudades andaluzas: Granada, Jaén, Málaga, Marbella, Jerez de la Frontera y Sevilla
5. Programas de Turismo Específicos
6. El Plan Director de Ferias, Congresos y Reuniones

²⁵ No se incluye una descripción exhaustiva de cada uno de los instrumentos debido a que no se considera fundamental para el objeto del presente estudio, teniéndolo, no obstante, en cuenta para una posterior investigación.

7. Municipio Turístico. Se han elaborado quince planes municipales, de los cuales, más del 70% son litorales.
8. El Plan Director de Promoción Turística de Andalucía 2013-2016
9. El III Plan de Calidad Turística de Andalucía
10. Estrategia Integral de Fomento del Turismo de Interior Sostenible de Andalucía
11. Estrategia para el Desarrollo Turístico Sostenible del Litoral Andalúz: instrumento destinado a fomentar un desarrollo del turismo del litoral que trascienda del modelo tradicional de sol y playa y contemple una oferta de actividades en respuesta a un perfil de turista activo.
12. Estrategia para la Gestión de la Estacionalidad Turística 2014-2020. El cual recae directamente sobre el turismo de áreas costeras, al dispersar la llegada de turistas a lo largo del año y evitar, así, la actual aglomeración que se produce en época estival.

Por otra parte, el PGTSAH 2020, recoge un análisis de los instrumentos de planificación aprobados y ejecutados en el anterior Plan General de Turismo Sostenible 2008-2011. Dicho análisis concluye que hay varias figuras de intervención que no se han desarrollado una vez aprobado el PGTS 2008-2011, inclusive cuando existía una cuantía prevista para su aplicación.

Aunque no se incluyen en el actual PGTSAH 2020, en el anterior se recogían un conjunto de medidas dirigidas a espacios con un importante potencial turístico que contaban con recursos patrimoniales, naturales y culturales. Se han elaborado 28 propuestas, de las cuales 8 van destinadas a zonas costeras.

Asimismo, han sido aplicados criterios que trataban de construir interconexiones entre diferentes ámbitos sectoriales administrativos. En definitiva, el PGTSAH 2020 hace hincapié en que la crisis económica que marca el inicio de la vigencia del plan anterior determina su implantación y expectativas, tanto a las previsiones económicas previstas, como en el propio desarrollo de los programas y medidas en él recogidos.

En un anexo se enumeran los diferentes planes, programas e iniciativas que han surgido del PGTS 2008-2011 y del actual PGTSAH 2020, recogidos en la base de datos de la Consejería de Turismo y Deporte (Junta de Andalucía).

5.5.3 Sistema de Indicadores de Desarrollo Turístico Sostenible para Andalucía

Al comienzo del presente trabajo, se mencionó la importancia de un sistema de indicadores apropiado a las Comunidades Autónomas costeras de España como uno de los principales

instrumentos para la gestión turística, cuyo contexto influye en los criterios de selección y que, asegurando la neutralidad y objetividad del sistema como premisas básicas, se pueda generar un testigo claro sobre los impactos del turismo.

El Sistema de Indicadores de Desarrollo Turístico Sostenible para Andalucía (2015), se trata de un documento oficial impulsado por la Consejería de Turismo y Comercio²⁶ cuyo fin principal es el seguimiento y control de los efectos generados por la implementación del PG TSAH 2020 así como futuras aplicaciones.

El motivo por el cual no se ha hecho un uso exclusivo en el presente estudio de este Sistema de Indicadores, es debido a sus enfoques singularizados en la Comunidad Autónoma andaluza, siendo los objetivos perseguidos la búsqueda y aplicación de un sistema que integre todas las Comunidades Autónomas del litoral. Por lo tanto, se considera que el Sistema de Indicadores para el Desarrollo del Turismo Sostenible para Andalucía es un instrumento excesivamente complejo y parece no ser el más idóneo para una gestión turística global. A pesar de su complejidad, el Sistema de Indicadores de Turismo Sostenible para Andalucía, representa un esfuerzo muy interesante para sistematizar la información turística de la Comunidad Autónoma andaluza.

Con el fin de conocer, desde un punto de vista descriptivo y crítico su verdadera aplicabilidad y funcionalidad en la gestión sostenible de los destinos turísticos, se procederá a analizar este documento.

El Sistema de Indicadores de Desarrollo Turístico Sostenible para Andalucía impulsa un proceso de mejora continua de la política turística de la región mediante un sistema de alertas, teniendo en cuenta como objetivo final (según se redacta en el documento), el fomento de la actividad turística desde una perspectiva sostenible, tal y como se expresa en el PG TSAH 2020.

En Andalucía, la administración pública lo tiene en cuenta en la nueva planificación turística, donde plantea el concepto de sostenibilidad desde un punto de vista renovado y adaptado a las exigencias de un nuevo y convulso contexto socioeconómico, tal y como lo refleja el, ya mencionado, IV Pacto Andaluz por el Turismo, el cual en su primera línea estratégica “Sostenibilidad Turística Integral” establece:

“La base para el desarrollo sostenible de la actividad turística y de la propia Comunidad Autónoma, se encuentra en el entendimiento e implementación de la sostenibilidad en un

²⁶ Decreto 38/2013, de 19 de Marzo, por el que se aprueba la formulación del Plan General del Turismo Sostenible en Andalucía 2014 – 2020. (BOJA no59, 26 de marzo de 2013).

sentido integral, teniendo en cuenta no sólo aspectos ambientales, económicos y sociales, sino otras dimensiones y procesos (culturales, institucionales, territoriales, tecnológicos, participativos, etc.), sin los cuales no se podría ser realmente sostenible”.

En este sentido, se definen los principios que debe tener en cuenta la Sostenibilidad Turística Integral, y que son por lo tanto, los principios en los que se basa el Sistema de Indicadores para el Desarrollo Turístico para Andalucía. Éstos son:

- Sostenibilidad como proceso de defensa de los valores locales. Valores que representan la identidad diferenciada de la actividad turística, buscando la autenticidad del destino.
- Sostenibilidad como un proceso eficiente y equitativo de producción de servicios turísticos. Fomento del desarrollo del tejido empresarial con especial relevancia en la estabilidad y calidad en el empleo.
- Sostenibilidad como un proceso de gobernanza basado en la transparencia, la participación y la codecisión, donde la subsidiaridad, la cooperación público-privada y pública-pública marquen la toma de decisiones.
- Sostenibilidad como un proceso de cohesión territorial, de forma que la actividad turística contribuya a un desarrollo equilibrado de los diferentes territorios de la geografía andaluza.
- Sostenibilidad como un proceso continuo de investigación, desarrollo e innovación.

Por otra parte, el Sistema de Indicadores cuenta con propuestas y aportaciones provenientes del campo universitario, siendo alguno de ellos los trabajos de Bramwell (1996), Butler (1993) o Sánchez y Pulido (2008), asimismo, son diversos organismos públicos los que han participado, entre los que destacan tres:

1. La Organización Mundial del Turismo o UNWTO (World Tourism Organization) (2005). Importantes aportaciones desde principio de los años 90 en la creación de indicadores de desarrollo sostenible con perspectiva sectorial, siendo la investigación más aplicada la guía que describe más de 40 temas sobre sostenibilidad, desarrollando indicadores específicos por tipos de destinos a distintas escalas y con 25 estudios de casos.
2. OECD (Organization for Economic Cooperation and Development) (2013), desde una perspectiva sectorial y a escala de país, se propone medir la competitividad en el turismo a partir de 11 indicadores básicos.

3. Sistema de indicadores de la EU (2013) *European Tourism Indicator System TOOLKIT for sustainable destinations*, establece 27 indicadores básicos y 40 opcionales, tiene una perspectiva integral y sectorial, y se presenta como un sistema flexible para cumplir las expectativas específicas de la sostenibilidad en cada destino, adaptándose, también, a una escala local.

Asimismo, y abarcando diversas temáticas, tales como gobernanza, territorio, vulnerabilidad, rentabilidad, calidad, diversificación e innovación, se persiguen los siguientes objetivos:

- Permitir la evaluación y seguimiento de un destino turístico, en general, y de sus instrumentos de planificación, en particular, desde una visión integral de destino y bajo el prisma de sostenibilidad.
- Generar un mecanismo que permita valorar las desviaciones y cumplimientos de los objetivos y estrategias previamente definidas.
- Resaltar parcelas o indicadores de desarrollo en situaciones críticas.
- Conocer las perspectivas futuras de cara a un desarrollo más sostenible, identificando algunos procesos clave para este fin.

A grandes rasgos se persigue conseguir un cuadro de alertas, que a través de actualizaciones continuas, permita medir la evolución o tendencia del destino andaluz hacia la sostenibilidad turística y permita conocer, además, los cambios en el destino tras determinadas acciones o estrategias puestas en marcha, facilitando, de este modo, la orientación de la política turística a medio y largo plazo.

Sin embargo, a pesar de ser un documento ambicioso con una perspectiva integral de la sostenibilidad del destino (visión holística de la sostenibilidad en un territorio) y no desde la perspectiva sectorial (sostenibilidad de la actividad turística exclusivamente), un análisis y revisión del mismo lleva a detectar determinadas cuestiones. Su estrategia, destinada únicamente a la Comunidad Autónoma andaluza, se realiza únicamente con una perspectiva regional, lo cual no permite generar una visión global de todas las Comunidades Autónomas costeras de España, por otra parte, la selección de indicadores se vislumbran muy teóricas y difícilmente aplicables, debido, principalmente, a la escasez de información por parte de las administraciones públicas, lo cual imposibilita su aplicación.

Por otra parte, para poder llevar a cabo una correcta gestión hacia la sostenibilidad del turismo, no sólo es necesaria una buena estrategia e instrumentos de gestión que la desarrollen, sino que además se debe disponer de recursos suficientes para poder poner en marcha dichos instrumentos.

Por ello, y pasando al IG4, para determinar si la apuesta por un turismo sostenible, es prioritario para la Junta de Andalucía, resulta interesante acudir a Hacienda y Administración Pública y analizar los recursos económicos. Por otra parte, se analizarán los recursos de información de los que dispone la región (organismos de información estadística).

5.6 Recursos para el desarrollo del turismo en Andalucía (IG4)

El tipo de recursos que se analizarán a continuación hacen referencia a las fuentes de información disponibles y a los recursos económicos. Por otra parte, sería de interés analizar los recursos humanos, no obstante, encontrar información al respecto no es tarea fácil, aún considerándose fundamental para conocer cuál es el perfil profesional de los gestores de turismo, con cuánto personal cuentan, experiencia en el sector, etc. Con ello se podría responder a cuestiones como la escasez de recursos humanos para gestionar el turismo en Andalucía o si el perfil profesional existente resulta adecuado para promover iniciativas encaminadas al turismo sostenible.

En cuanto a las fuentes de datos, la Junta de Andalucía cuenta con bastantes organismos encargados de la información estadística, entre ellos, destacan el Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (SAETA), de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, Consejería de Medio Ambiente, Registro de Turismo de Andalucía (RTA) y Consejería de Turismo y Deporte. Asimismo, existen organismos que no dependen de la Consejería de Turismo y Deporte, pero que igualmente brindan una valiosa información sobre el sector turístico, como es el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA)²⁷.

Además de los ya citados, la Consejería elabora el Balance del Año Turístico en Andalucía (BATA), que ofrece información detallada y concreta sobre el turismo en la Comunidad.

Otro de los recursos fundamentales para la gestión del turismo es la partida presupuestaria que destina la Junta de Andalucía a la administración de la Consejería encargada del turismo en la Comunidad. Para entrever dicha importancia, se considera oportuno mostrar los diferentes presupuestos destinados al resto de Consejerías en Andalucía. Estos son:

²⁷ Los recursos de información que se tienen en cuenta en el presente epígrafe son únicamente aquellos que son competencia del gobierno de Andalucía.

Tabla 5.6.1 Presupuesto Consejerías de la Junta de Andalucía (2016)

CONSEJERÍAS	PRESUPUESTO GENERAL
Consejería de Educación	5.885.385.298
Consejería de Igualdad y Políticas Sociales	1.817.551.687
Consejería de Economía y Conocimiento	1.717.196.201
Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio	740.471.473
Consejería de Empleo, Empresa y Comercio	709.228.778
Consejería de Salud	678.207.095
Consejería de Justicia e Interior	535.459.680
Consejería de Presidencia y Administración local	329.023.410
Consejería de Turismo y Deporte	142.811.802
Consejería de Cultura	138.017.981
Consejería de Hacienda y Administración Pública	100.634.487

Fuente: Hacienda y Administración Pública (presupuestos 2016)

Como puede apreciarse en la anterior tabla (5.6.1), parece no ser una prioridad para la Junta de Andalucía las actividades destinadas a turismo. Teniendo en cuenta que el presupuesto general de la Comunidad Autónoma para 2016 alcanza los 31.285,4 millones, la partida presupuestaria destinada a la Consejería de Turismo y Deporte representa el 0,45% del total de presupuesto, frente al 5,4% que representa la Consejería de Economía y Conocimiento.

A pesar de la importancia del turismo para esta región, actividad cuyos ingresos generados son fundamentales para la economía de la región, la Consejería de Turismo y Deporte es, de entre todas las Consejerías de la Junta de Andalucía, una de las que menos presupuesto recibe, solo por encima de Consejería de Cultura y de Hacienda y Administración Pública. Este recurso económico es imprescindible para el desarrollo e impulso del turismo sostenible, por este motivo es de destacar la escasa apuesta que se realiza a la actividad turística desde el punto de vista de la gestión.

Con el fin de profundizar, en la partida presupuestaria destinada a la Consejería de Turismo y Deporte, se analizará la cantidad invertida exclusivamente a turismo.

Tabla 5.6.2 Presupuesto Consejería de Turismo y Deporte (2016)

PROGRAMAS	PRESUPUESTO	%
INFR. CENTROS Y ORDEN. DEPORTIVA	19.311.064	13,5
ACTIVI. Y PROM. DEL DEPORTE	21.812.807	15,3
D.S.G. DE TURISMO Y DEPORTE	23.752.155	16,6
PLANI., ORDEN. Y PROMOC. TURÍSTICA	67.431.726	47,2
CALIDAD, INNOVACIÓN Y FOMENTO TURISMO	10.504.050	7,4
TOTAL	142.811.802	100

Fuente: Presupuestos Hacienda y Administración Pública, 2016. Junta de Andalucía.

Como puede apreciarse en la tabla anterior, la Junta de Andalucía brinda mayor importancia a la planificación, ordenación y promoción turística (47,2%) que al resto de programas, siendo el de menor importancia para la Consejería, Calidad, Innovación y Fomento del Turismo, lo cual llama considerablemente la atención, pues teniendo en cuenta las metas y estrategias definidas en el PG TSAH 2020, tanto la calidad, como la innovación y el fomento del turismo son claves para el desarrollo del turismo sostenible en la región.

En definitiva, Andalucía cuenta con una fuerte base de datos estadísticos facilitados por diversos organismos que permiten realizar informes específicos y una correcta gestión y análisis del sector. No obstante, se detectan ciertas deficiencias en cuanto a algunas temáticas concretas en materia de turismo y a la información a diferentes escalas.

Por otra parte, los recursos económicos destinados a la gestión turística, tal y como ha podido apreciarse anteriormente, no parecen ser prioritarios para la Junta de Andalucía.

Por último, cabe mencionar que durante el transcurso del presente estudio se ha podido apreciar que, en cuanto a transparencia, la Junta de Andalucía pone a disposición de los ciudadanos, a través de la página web oficial, toda la información referente a presupuestos, organización, planificación turística, balances e informes sobre turismo en la región, etc.²⁸

Una vez analizados los indicadores de gestión (IG), se considera oportuno realizar a continuación una tabla donde se especifiquen los resultados obtenidos del análisis del modelo de gestión en Andalucía:

²⁸ Cabe mencionar la importancia de la aprobación de la Ley 1/2014 de junio, de Transparencia Pública de Andalucía, el 16 de julio de 2014.

Tabla 5.6.3 Tabla de resultados de los indicadores de gestión

INDICADORES DE GESTIÓN	CONCLUSIONES
IG1.- Existencia de metas para un turismo sostenible	Sí. Las metas parecen ir encaminadas hacia la sostenibilidad, lo que igualmente sucede en las líneas estratégicas de los diferentes documentos analizados.
IG2.- Existencia de un organismo propio dedicado a turismo	Sí. Existe un organismo dedicado a Turismo, pero no de manera exclusiva, compartiendo Consejería con el área de Deportes.
IG3.- Inclusión cambio climático (perspectiva turística)	El cambio climático se incluye a modo de introducción en el PGTASH 2020, no obstante no existen medidas ni instrumentos concretos en Andalucía para paliar los problemas que puedan desencadenarse del cambio climático.
IG4.- Recursos Consejería Turismo	A pesar de contar con numerosos organismos encargados de la información estadística, es difícil encontrar información a una escala local. Por otra parte, en cuanto a los recursos económicos, la Consejería cede una partida presupuestaria mayor al área de Turismo que a la de Deporte, no obstante, los presupuestos generales de la Junta de Andalucía, reflejan una mayor prioridad a Consejerías como la de Economía y Conocimiento, siendo el Turismo una de las principales actividades económicas de la región.

Fuente: Elaboración propia

6. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

Desde los años sesenta con la llegada masiva de turistas a España, especialmente en el litoral, ha surgido la necesidad de analizar y estudiar la evolución del turismo con el fin de generar una visión global de los numerosos problemas y el fuerte impacto que ha acarreado sobre la sociedad, la economía y los recursos naturales de los principales destinos.

Al ser el turismo un fenómeno complejo y dinámico, es imprescindible desarrollar e implementar indicadores de gestión turística y, particularmente, de sostenibilidad, para poder medir la eficacia, eficiencia y efectividad de la gestión. La implantación de un sistema de indicadores permitirá evaluar todas aquellas dimensiones que caracterizan y dan forma a un modelo de turismo sostenible, posibilitando así, un seguimiento y comprobación de los objetivos y las líneas estratégicas planteadas en los planes de desarrollo turístico.

Asimismo, el uso de un sistema de indicadores con información real verificada, permitirán a un destino medir la actividad turística y el impacto que, a su vez, genera. De esta forma, medir la sostenibilidad, ayudará a mostrar las necesidades a las que habrá que dar prioridad. Los criterios de selección de los indicadores deben atender a las particularidades del ámbito donde van a ser aplicados y del mismo modo, debe poder analizar la evolución en el tiempo de las variables seleccionadas.

Por otra parte, la experiencia en el desarrollo del sistema de indicadores ha vislumbrado una serie de necesidades que deben afrontarse:

- La realidad compleja que se ha intentado descifrar a través de datos puede dar como resultado en ocasiones, una medición imprecisa.
- En ciertos casos, la falta de disponibilidad de información sobre temas sensibles para la medición de ciertos factores ambientales y sociales dificulta la generación de indicadores eficientes. Por otro lado, la inexistencia de datos a determinadas escalas provoca problemas de exactitud a la hora de medir ciertas realidades. Por último, las características singulares de la actividad turística hace muy difícil la obtención de ciertos datos, incluso por los propios organismos estadísticos competentes.
- Cabe destacar la importancia de mantener actualizados los informes y datos turísticos, con el fin de dotar de rigor y fiabilidad al sistema de indicadores, siendo además, el turismo, una actividad socioeconómica en constante evolución. Por otra parte, la falta de información a escala local de manera homogénea para todo el territorio español, no permite identificar factores claves sobre los principales intereses y preocupaciones de los destinos.
- Finalmente, aunque los indicadores propuestos permiten una visión global del impacto turístico en las regiones del litoral español, no llega a cubrirse en su totalidad al faltar un área clave sobre gobernanza, donde se incluirían temas como la planificación turística y seguimiento, implicación y participación y satisfacción ciudadana. Su complejidad y falta de recursos de información ha hecho que su aplicación hasta el momento sea muy limitada.

Resulta, por tanto, interesante para la mejora del modelo propuesto, la retroalimentación y el debate sobre su estructura y diseño. Por un lado, es conveniente precisarlo y adaptarlo a la realidad de cada territorio, con datos a una escala adecuada en cada caso para la mejor comprensión del fenómeno turístico. Por otro lado, el turismo se encuentra en constante evolución por lo que es aconsejable pensar en un sistema de indicadores flexible, capaz de adaptarse a dichos cambios y, por tanto, en constante evolución. Cabe mencionar que la aplicación concreta del sistema de indicadores, propuesto en el presente estudio, podrá servir para mejorar su utilidad y viabilidad como herramienta de información para los diferentes agentes implicados en el turismo, así como motivar cambios en los actuales modelos de gobernanza en el litoral español.

En cuanto a la aplicación del sistema de indicadores propuesto, cabe destacar la disparidad de los resultados según la Comunidad Autónoma analizada. La aplicación de la metodología ha permitido reflexionar sobre las debilidades en las que se encuentra el sector turístico en las comunidades litorales, así como la importancia del turismo en términos socioeconómicos para las regiones costeras de España. En un primer momento, puede percibirse cómo las regiones del Mediterráneo son las principales receptoras de turismo en España, originado principalmente en determinadas épocas del año debido a la estacionalidad, fenómeno que no acontece en tales magnitudes en las Comunidades Autónomas del norte del país. Así pues, no es de extrañar que las regiones con mayor impacto generado por turismo sean Cataluña y Andalucía, principales destinos turísticos de España, además de los conjuntos insulares de Canarias y Baleares, los cuales presentan resultados cuanto menos sorprendentes, debido, principalmente, a sus características geográficas, lo que hace que, en ciertos indicadores, sus resultados no sean tan representativos como en otras regiones.

Los resultados obtenidos muestran hasta qué punto el turismo es factor de transformación del territorio en las diversas Comunidades Autónomas del litoral español. Perseguir un turismo sostenible, por tanto, no es únicamente un imperativo ambiental, sino también una estrategia de competitividad de los destinos. Del nivel de conservación y protección de los espacios naturales costeros, dependerá una de las actividades económicas decisivas, ya no solo para las regiones del litoral, sino también para el país.

De la aplicación de un sistema de indicadores que sea capaz de medir la sostenibilidad de los destinos turísticos, dependerá la consolidación de un modelo turístico que respete los parámetros de sostenibilidad y que se organice a través de un modelo de gestión integrado y flexible que sea capaz de percibir y diagnosticar la realidad actual y transformarla.

En el caso de los indicadores seleccionados para el análisis del modelo de gestión de la Comunidad Autónoma andaluza, se han podido extraer las siguientes conclusiones:

- 1.- Las metas y líneas estratégicas que aparecen en los diferentes documentos analizados parecen estar orientados hacia la sostenibilidad. Presentan medidas como la desestacionalización, la creación de productos que fomenten la protección de los recursos naturales, culturales y territoriales de los destinos o la mejora de la calidad y rehabilitación integral de destinos maduros del litoral. A su vez, dichas metas muestran relación con las diferentes líneas estratégicas, dando menor o mayor importancia según las prioridades de ejecución de los diferentes programas, tal y como aparece en el PGTSAH 2020.

2.- Existe una consejería dedicada a Turismo, aunque no de forma exclusiva. Actualmente la Consejería con competencia en turismo se denomina “Consejería de Turismo y Deporte”. Sin embargo, el área de turismo, al igual que la de Deporte, depende administrativamente de una Secretaría General, compartiendo protagonismo con otros temas menos sensibles para el futuro del país. Algo diferente a lo que ocurría en la anterior estructura competencial, donde el turismo formaba parte de la Consejería de Turismo y Comercio y el área de Turismo disponía de mayor importancia, dotándose de una Secretaría General, algo con lo que no contaba el área de Comercio.

3.- En cuanto a la inclusión del impacto del cambio climático, desde una perspectiva turística, en los documentos de planificación turística oficiales de la región no se establece como uno de los principales problemas, siendo únicamente mencionado por el PGTSAH 2020 en la introducción del plan, sin incorporar líneas estratégicas diseñadas en torno a los problemas derivados del cambio climático.

4.- Por último, en cuanto a los recursos de información, Andalucía cuenta con numerosos organismos encargados de la información estadística. No obstante, es habitual que ciertos datos municipales no se encuentren disponibles, tal y como se mencionó anteriormente. Por otra parte, urge la necesidad de la redacción de informes actualizados, en materia de turismo, que permitan conocer el seguimiento y evaluación de determinados programas, proyectos o planes llevados a cabo.

Los recursos económicos, por otra parte, pueden ser un indicador claro de la escasa prioridad dada al turismo en los presupuestos generales de la Junta de Andalucía, representando la Consejería de Turismo y Deporte el 0,45% del total del presupuesto de la Comunidad Autónoma. Esta situación llama poderosamente la atención, siendo la actividad turística un impulsor económico para la región, y representando el 12% del empleo turístico generado en Andalucía. Por otra parte, dentro de la Consejería, se destina la mayor partida presupuestaria al área de turismo, concretamente al programa de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo, lo cual no es de extrañar, teniendo en cuenta que tanto la calidad, como la innovación y el fomento del turismo en Andalucía son metas prioritarias en el PGTSAH 2020.

Los criterios utilizados a la hora de la toma de decisiones en las políticas turísticas públicas no son conocidos. Aquí radica la importancia de aplicar indicadores objetivos para investigar qué cuestiones son elegidas para ser objeto de la acción pública, cuáles han sido relegadas a un segundo plano y cuáles siguen presentes.

Se reitera la importancia de realizar un seguimiento a las políticas e instrumentos que se han desarrollado. Por ejemplo, con el mantenimiento de un buen sistema de indicadores en el tiempo que permita analizar la evolución de estas prioridades a través de los planes de diferentes años, así como los resultados alcanzados.

Asimismo, aparece en numerosos documentos de planificación que la mayoría de los problemas existentes actualmente en el sector turístico, son los sufridos por los empresarios turísticos y el destino en sí mismo, lo cual supone que la mayor parte de los recursos va destinado a paliar dichos problemas. No obstante, a medida que cambia el discurso sobre qué necesitan los empresarios, los problemas que afectan a los destinos se siguen manteniendo, sin que se incluyan en los planes indicadores para permitir hablar del nivel de resolución de estos temas considerados estratégicos.

En este sentido, para resolver los problemas del sistema empresarial turístico, se plantea en los instrumentos de planificación analizados conseguir estructuras más sólidas, mejorar los sistemas de gestión y aumentar la incorporación de innovación en los diferentes aspectos de la actividad. Sin embargo, como se ha comentado, la gestión turística no es un asunto prioritario para la Comunidad Autónoma a la hora de asignar recursos económicos.

Por otra parte, se aprecia como hay un cambio de valores y principios en el discurso de los diferentes documentos. Así, en la actualidad, es difícil encontrar un plan turístico donde no se incluyan los principios de sostenibilidad, o que al menos, los mencione, bien como anhelo de garantía de mejora o bien como una estrategia o factor para alcanzar mayor competitividad en el sector.

Sería interesante ver si en los próximos planes o instrumentos redactados se mantienen las mismas metas y líneas estratégicas actualmente planteadas en los documentos vigentes. La actividad turística está en constante transformación pero por otra parte, su inercia es difícilmente transformable en el corto plazo; por ello el mantenimiento de las mismas metas y líneas estratégicas en los diferentes documentos de planificación turística, en ocasiones refleja que los problemas demandan medidas a largo plazo.

En resumen, cabe mencionar que, ante el gran desarrollo de metodologías y herramientas de diversa índole para medir la sostenibilidad en el turismo, así como su aplicación en distintos destinos o territorios, aún falta analizar los resultados obtenidos de esa aplicación, comparando aquellos aspectos que merezcan ser distinguidos y estableciendo relaciones entre los diferentes indicadores que integran cada metodología.

Asimismo, la OMT indica que, aunque la necesidad de una puesta en marcha de nuevos instrumentos de gestión son ampliamente aceptados y necesarios, la aplicación por parte de los gobiernos centrales, regionales y locales no ha sido prioritaria. Se observa cómo no es parejo el desarrollo de herramientas teóricas y académicas para la medición y análisis del turismo sostenible y su aplicación práctica en destinos turísticos concretos.

Finalmente, es necesario hacer hincapié en la necesidad de crear nuevos modelos de gestión turística. Modelos que apliquen criterios de sostenibilidad adecuados, permitiendo la incorporación de indicadores a una escala local o regional pero que a su vez, permitan evaluar el carácter integral y multidimensional de los procesos en sus vertientes social, ambiental y económica. Se debe crear un sistema de indicadores adaptado a la especificidad de los territorios costeros de España, integrando aquellas particularidades de cada destino.

Por último, se considera fundamental armonizar y poner en común el elevado número de indicadores sobre sostenibilidad, debido, principalmente, a la gran dificultad que supone aplicarlos en espacios concretos. Si bien lo anterior es cierto, no resulta fácil la tarea, ya que esa diversidad es fundamental para abordar la realidad multivariable de estos espacios costeros y dar fiabilidad y eficiencia a un óptimo sistema de indicadores

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Antón Clavé, S., González Reverté, F. (2013) Planificación Territorial del Turismo. Editorial UOC, Septiembre.

Atauri, J. A.; De Lucio, J. V. y Castell, C. (2002): “El papel de los indicadores en la gestión de los espacios naturales protegidos”, en RAMÍREZ, L. (coord.): *Indicadores ambientales*. Situación actual y perspectivas, Organismo Autónomo Parques Nacionales, Madrid.

Balagué i Canadell, J. y Navinés Badal, F. (2012): “Sistema de indicadores para la gestión sostenible de un destino turístico: aplicación a la Costa Brava centro” en Harvard Deusto Business Research. Volumen 1. Número 2. Páginas 132-146.

Barrado, T. y Ávila, B. (2010): “El tratamiento del espacio y de la actividad turística desde la perspectiva territorial”, en Vinuesa, J. y Galiana, L. Teoría y práctica para una ordenación racional del territorio, Editorial Síntesis, 152 – 179.

Bass, B. (2007): A New Era in Sustainable Development. An IIED Briefing, International Institute for Environment and Development (IIED), London.

Brida, J. G., Carrera, E. J. S. and Risso, W. A. (2008): “Tourism’s Impact on Long-Run Mexican Economic Growth”, *Economics Bulletin* 3(21): 1-8.

Bouazza Ariño, O. (2007): Planificación Turística Autonómica. Madrid, España: Reus.

Butler, R. W. (1993): "Tourism and evolutionary perspective" en Nelson, J.G.; Butler R.W. & Wall, G. (ed.) *Tourism sustainable development: Monitoring, planning, management*, University of Waterloo Press, pp.27-44

Barragán Muñoz, J. (2003): Medio ambiente y desarrollo en las áreas litorales. Introducción a la Planificación y Gestión Integradas. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz.

Budowski, G. (1976): “Tourism and Environmental Conservation: Conflict, Coexistence, or Symbiosis?” *Environmental Conversation* 3(1): 27–31.

Butler, R.W. (1993): *Tourism-An Evolutionary Perspective*. In J. G. Nelson, R. Butler y G. Wall(eds.) *Tourism and Sustainable Development: Monitoring, Planning, Managing*, 26-43. Waterloo: Heritage Resources Centre, University of Waterloo.

Callizo, J. (1991): Aproximación a la Geografía del Turismo, Madrid, Síntesis (Colección Espacios y Sociedades, n. 21)

Castell, C. (2000): “Los programas de seguimiento ecológico en espacios naturales protegidos”. En AA.VV.: *Actas del 5º Congreso EUROPARC España*, Fundación Fernando González Bernáldez. Madrid, pp. 30-36

Castánder, I. et al. (2013): “Sistema regional de información turística para Euskadi. Integración de distintas fuentes y nuevos indicadores para una visión holística del turismo” en *tourGUNE Journal of Tourism and Human Mobility*, issue 1, year 2013

Chica, A., Pérez-Cayeyro, M., Barragán, J. (2008): Propuesta de Estrategia Andaluza de Gestión Integrada de Zonas Costeras. Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía.

Cohen, G. (1978): "The Sociology of Tourism. Issues and Findings". En: Aspostolopoulos, Leivadi y Yiannakis, eds. The Sociology of Tourism. Theoretical and empirical investigations. London and New York, Routledge, pp. 51-71.

Comisión Europea (2011): Elementos relativos a un Marco Estratégico Común de 2014 a 2020 . Bruselas, Comisión Europea.

Consejería de Turismo y Comercio (2015): Sistema de indicadores de desarrollo turístico sostenible para Andalucía. Sevilla, Junta de Andalucía.

Cànoves, G., Ma Prat Forga, J. y Blanco, A. (2016): "Turismo en España, más allá del sol y la playa. evolución reciente y cambios en los destinos de litoral hacia un turismo cultural" en Boletín de la A.G.E N.º 71

Doc. Plan Nacional e Integral de Turismo (2012-2015). Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Secretaría de Estado de Turismo.
Disponible en:
http://www.minetur.gob.es/turismo/es-es/documents/plan%20nacional%20e%20integral%20de%20turismo%202012_2015_v4%206.pdf

Flores, D. (2014): Manual de gestión de destinos turísticos. Colección crónica.

Fernández Tabales, A. y Mendoza Bonet, A. (2007): "La actividad turística en el territorio andaluz. Establecimiento de indicadores, distribución y evolución de los mismos" en Boletín de la A.G.E. N.º 44, págs. 117-146

García, J. R., y Magadán, M. (2008): Planificación y Gestión Sostenible del Turismo. España: Septem ediciones.

Gaviria, M. (1976): Ecologismo y ordenación del territorio en España. Madrid. EDICUSA.

Getz, D. (1983): «Capacity to absorb tourism: Concepts and Implications for Strategic Planning» en Annals of Tourism Research, vol. 10, pp. 239-263.

Hughes, G. (2002): Environmental indicators. Annals of Tourism Research, Vol. 29, No. 2, pp. 457-477, 2002

Ibañez, R., y Ángeles, M. (2012): Indicadores de sustentabilidad turística en México. Tomo I: Ecología, bio- diversidad y desarrollo turístico. México: Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, 47-66.

INE. Censo de Población y Vivienda, 2011. Instituto Nacional de Estadística (INE)

Ivars, J.A (coord.) Et al. (2001): Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: propuestas para la creación de un sistema de indicadores. Universidad de Alicante, Alicante.

- Jurdao, Francisco (1979): España en venta: compra de suelo por extranjeros y colonización de campesinos en la Costa del Sol. Madrid: Ayuso.
- Krippendorf, J. (1978): *Les devoreurs des paysages*, 24 Heures, Lausanne.
- Lickorish, C., Jenkins, C. (2000): Una introducción al Turismo. Síntesis.
- Ministerio de Medio Ambiente (2003): Sistema español de indicadores ambientales de turismo. Serie Monografías.
- Navarro Ruiz, S. (2014): “Las acciones en planificación territorial del turismo del plan estratégico global de turismo de la Comunitat Valenciana 2010-2020” en XVIII Congreso de la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo, 2014.
- OCDE (1997): Better Understanding our Cities. The Rule of Urban Indicators, OCDE, París.
- OCDE (1993): Core set of indicators for environmental performance reviews. Environment Monographs n. 83. París.
- OMT (2015): Indicadores para el Desarrollo Sostenible de los Destinos Turísticos. Madrid: Organización Mundial del Turismo
- OMT (2005): Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos. Guías prácticas. . Madrid: Organización Mundial del Turismo
- OMT (1999): Guía para la Administraciones Locales “Desarrollo Turístico Sostenible”, Madrid.
- OMT (1995): Lo que todo gestor turístico debe saber. Guía práctica para el desarrollo y uso de indicadores de turismo sostenible. . Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- OMT (1978): Evaluación de los recursos turísticos. . Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Pérez de las Heras, M. (2012): Manual del Turismo Sostenible “Como conseguir un turismo social, económico y ambientalmente responsable”. Mundi-Prensa, Madrid.
- PNUMA-OMT. (2006): Por un turismo más sostenible. Guía para responsables políticos. París-Madrid: Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente y Organización Mundial del Turismo (OMT)
- Pulido Fernández, J. I. (2011): “La sostenibilidad del modelo turístico español: en un escenario de cambio global” en Papeles de economía española, N° 128, 2011, págs. 38-52
- Pulido Fernández, J. I. (2007): “Turismo y Cambio Climático” en Revista de análisis turístico,, N°. 4, 2007, págs. 100-112
- Pulido, J. I., y Sánchez, M. (2007): “Propuesta metodológica para el diseño de un índice sintético de turismo sostenible” en. Papers de Turisme. 2, 27-41
- Rivas García, J., & Magadán Díaz, M. (2008): Planificación Turística Autonómica.

Dimensiones y Perspectivas. Septem ediciones.

Rivas García, J., y Magadán Díaz, M (2007): Planificación Turística y Desarrollo Sostenible. Septem Universitas, S.L., Oviedo.

Sancho, A., y García, G. (2006): “¿Qué indica un indicador?. Análisis comparativo en los destinos turísticos” en Revista de Análisis Turístico. 2, 69-85

Soares, J., Gandara, J.M. e Ivars, J. (2012): “Indicadores para analizar la evolución del ciclo de vida de los destinos turísticos litorales” en Investigaciones Turísticas Nº 3, enero-junio 2012, 19-38

Tischer, V.; Farias Espinoza, H. C. y Carvalho Marenzi, R. (2015): “Indicadores socioambientales aplicados en la gestión de ambientes costeros. Caso de estudio Santa Catarina, Brasil” en Investigaciones Geográficas, Boletín 86.

Unión Europea (2013): Herramienta del sistema europeo de indicadores turísticos para destinos sostenibles. Bruselas, Comisión Europea, responsable de Industria y Emprendimiento

Valls, J.-F. (2004): Gestión de Destinos Turísticos Sostenibles. Gestión 2000.com.

Vera, F. y Marchena, M. (1996): “El modelo turístico español: perspectiva económica y territorial”, en PEDREÑO, A. (dir.): Introducción a la economía del turismo en España, Civitas, Madrid, pp. 327-364.

Vera, J.F. y Ivars, J.A. (2009): «Spread of Low-Cost Carriers: Tourism and Regional Policy Effects in Spain», Regional Studies, Routledge, vol. 43, 4, 559-570.

Vera, J.F. y Ivars, J.A. (2003): “Measuring sustainability in a mass tourist destination: pressures, perceptions and policy responses in Torrevieja, Spain”. Journal of Sustainable Tourism, 11(2-3), pp. 181-203.

INDICADORES:

Anuario social de España 2013. Fundación La Caixa
URL: <http://www.anuarisoc.lacaixacomunicacions.com>

Common Standards Monitoring (indicadores para grupos de especies)
URL: <http://www.jncc.gov.uk/page-1829>

EUROSTAT. Indicadores de sostenibilidad
URL: <http://epp.eurostat.cec.eu.int>

Indicadores de desarrollo sostenible de la Comisión de Desarrollo Sostenible (ONU)
URL: <http://www.un.org/esa/sustdev/natlinfo/indicators/isd.htm>

Indicadores de desarrollo sostenible OECD
URL: <http://www.oecd.org>

Indicadores de desarrollo sostenible de turismo para Andalucía
URL: <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia./ids/index.htm>

Sistema Europeo de Indicadores Sostenibles para Turísticos para Destinos Sostenibles, (2013).

WEBGRAFÍA. (ORGANISMOS ESTADÍSTICOS REGIONALES)

Anuario económico de la Caixa (2013).

URL: <http://www.caixabankresearch.com/anuario> (*Fecha de consulta: 28 de abril*)

ADEAC (Asociación De Educación Ambiental y del Consumidor.

URL: <http://www.adeac.es> (*Fecha de consulta: 15 de enero, 2016*)

Consejería Medio Ambiente. Junta de Andalucía. Turismo Sostenible.

URL: <http://www.turismo-sostenible.org/index.php> (*Fecha de consulta: 17 de enero, 2016*)

EAGIZC (Estrategia Andaluza de Gestión Integrada de Zonas Costeras).

URL: http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/portal_web/web/servicios/centro_de_documento_y_biblioteca/fondo_editorial_digital/documentos_tecnicos/estrategia_andaluz_a_gestion_zonas_costa/ea_gestion_integrada_zonas_costeras.pdf (*Fecha de consulta: 22 de mayo, 2016*)

Instituto de Estudios Turísticos. Turismo en cifras.

URL: <http://www.iet.turismoencifras.es> (*Fecha de consulta: 8 de febrero, 2016*)

Junta de Andalucía. Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo.

Programa de Acción Global. Compromiso Renovado por la Educación para la Sostenibilidad.

URL: <http://www.oei.es/decada/accion.php?accion=09> (*Fecha de consulta: 13 de junio, 2016*)

Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Proyecto de Presupuestos 2015.

URL: <http://www.minetur.gob.es/es-es/gabineteprensa/notasprensa/2014/Paginas/20141007-presupuesto-minetur-2015.aspx> (*Fecha de consulta: 18 de agosto, 2016*)

Ministerio de Industria, Energía y Turismo. TURESPAÑA.

URL: <http://www.tourspain.es/es-es/Paginas/index.aspx> (*Fecha de consulta: 10 de junio, 2016*)

PGTSAH 2020 (Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía, Horizonte 2020)

URL Volumen I:

<http://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/PGTSAH%202020%20Volumen%20I%20Consejo%20Gobierno.pdf> (*Fecha de consulta: 5 de julio, 2016*)

URL Volumen II:

<http://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/PGTSAH%202020%20Volumen%20II%20Consejo%20Gobierno.pdf> (*Fecha de consulta: 5 de julio, 2016*)

Plan General Turismo Sostenible (2008-2011)

URL: http://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/PGTSA08_11.zip (*Fecha de consulta: 15 de julio*)

ORGANISMOS ESTADÍSTICOS REGIONALES:

IECA (Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía)

URL: <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia> (*Fecha de consulta:*

5 de abril, 2016)

CREM (Centro Regional de Estadística de Murcia)

URL: <http://econet.carm.es> (*Fecha de consulta: 10 de abril, 2016*)

IVE (Instituto Valenciano de Estadística)

URL: <http://www.ive.es> (*Fecha de consulta: 8 de abril, 2016*)

Idescat (Instituto Estadístico de Cataluña)

URL: <http://www.idescat.cat/es/> (*Fecha de consulta: 20 de marzo, 2016*)

EUSTAT (Instituto de estadística del País Vasco)

URL: <http://www.eustat.eus/indice.html> (*Fecha de consulta: 10 de marzo, 2016*)

ICANE (Instituto Cántabro de Estadística)

URL: <https://www.icanes.es> (*Fecha de consulta: 18 de febrero, 2016*)

SADEI (Instituto estadístico de Asturias)

URL:

<http://www.sadei.es/es/portal.do?jsessionid=84D38AA1A84A43FDE77A1FA8B2A0278A>
(*Fecha de consulta: 20 de febrero, 2016*)

IGE (Instituto Galego de Estadística)

URL: <http://www.ige.eu/web/index.jsp?paxina=001&idioma=gl> (*Fecha de consulta: 20 de febrero, 2016*)

ISTAC (Instituto Canario de Estadística)

URL: <http://www.gobiernodecanarias.org/istac/> (*Fecha de consulta: 15 de febrero, 2016*)

IBESTAT (Institut d'Estadística de les Illes Balears)

URLS: <http://ibestat.caib.es/ibestat/inici> (*Fecha de consulta: 12 de febrero, 2016*)

ANEXO

Planes en ejecución de la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía a fecha de septiembre de 2016.

DENOMINACIÓN DEL PLAN	TIPOLOGÍA	PROVINCIA
Actuaciones para Impulsar el Producto Turístico de la Ruta Bética Romana	Plan de Dinamización del Producto Turístico	Cádiz, Córdoba, Sevilla
Convenio para la realización de Actuaciones en Embalses de la Provincia de Jaén	Plan Turístico	Jaén
Iniciativa Ciudades Turísticas de las Ciudades Medias del Centro de Andalucía	Iniciativa de Ciudades Turísticas	Córdoba, Granada, Jaén, Málaga, Sevilla
Iniciativa Ciudades Turísticas del Tempranillo	Iniciativa de Ciudades Turísticas	Córdoba, Málaga, Sevilla
Iniciativa de Ciudades Turísticas Conjuntos Históricos de Andalucía	Iniciativa de Ciudades Turísticas	Almería, Córdoba, Granada, Huelva, Jaén, Sevilla
Iniciativa de Turismo Sostenible Altiplanicies Granadinas "Paisajes Troglodíticos"	Iniciativa de Turismo Sostenible	Granada
Iniciativa de Turismo Sostenible Campiña de Jerez	Iniciativa de Turismo Sostenible	Cádiz
Iniciativa de Turismo Sostenible de Doñana	Iniciativa de Turismo Sostenible	Cádiz, Huelva, Sevilla
Iniciativa de Turismo Sostenible de la Costa Tropical	Iniciativa de Turismo Sostenible	Granada
Iniciativa de Turismo Sostenible de la Vía Verde de la Sierra	Iniciativa de Turismo Sostenible	Cádiz, Sevilla
Iniciativa de Turismo Sostenible Guadalquivir a Caballo	Iniciativa de Turismo Sostenible	Cádiz, Córdoba, Sevilla
Iniciativa de Turismo Sostenible "Úbeda y Baeza. Museo abierto del Renacimiento"	Iniciativa de Turismo Sostenible	Jaén

Iniciativa Turismo Sostenible Andalucía en tus manos	Iniciativa de Turismo Sostenible	Sevilla
Iniciativa Turismo Sostenible Comarca de Baza	Iniciativa de Turismo Sostenible	Granada
Iniciativa Turismo Sostenible Costa del Sol - Axarquía	Iniciativa de Turismo Sostenible	Málaga
Iniciativa Turismo Sostenible de la Costa Occidental de Huelva	Iniciativa de Turismo Sostenible	Huelva
Iniciativa Turismo Sostenible de las Villas Termales de Andalucía	Iniciativa de Turismo Sostenible	Almería, Cádiz, Granada, Jaén, Málaga
Iniciativa Turismo Sostenible de la Vega del Guadalquivir	Iniciativa de Turismo Sostenible	Sevilla
Iniciativa Turismo Sostenible Del Litoral de la Janda	Iniciativa de Turismo Sostenible	Cádiz
Iniciativa Turismo Sostenible del Poniente Almeriense	Iniciativa de Turismo Sostenible	Almería
Iniciativa Turismo Sostenible Faja Pirítica del Suroeste Peninsular	Iniciativa de Turismo Sostenible	Huelva, Sevilla
Iniciativa Turismo Sostenible Los Alcornocales	Iniciativa de Turismo Sostenible	Cádiz
Iniciativa Turismo Sostenible Los Pedroches	Iniciativa de Turismo Sostenible	Córdoba
Iniciativa Turismo Sostenible Paisajes Mineros de Jaén	Iniciativa de Turismo Sostenible	Jaén
Iniciativa Turismo Sostenible Poniente Granadino	Iniciativa de Turismo Sostenible	Granada
Iniciativa Turismo Sostenible Sierra de Cádiz	Iniciativa de Turismo Sostenible	Cádiz
Iniciativa Turismo Sostenible Sierra de las Nieves	Iniciativa de Turismo Sostenible	Málaga

Iniciativa Turismo Sostenible Sierra Mágina	Iniciativa de Turismo Sostenible	Jaén
Iniciativa Turismo Sostenible Sierra Morena	Iniciativa de Turismo Sostenible	Córdoba, Huelva, Jaén, Sevilla
Iniciativa Turismo Sostenible Sierra Sur de Jaén	Iniciativa de Turismo Sostenible	Jaén
Iniciativa Turismo Sostenible Subbética Cordobesa	Iniciativa de Turismo Sostenible	Córdoba
Iniciativa Turismo Sostenible Turismo Náutico de la Bahía de Cádiz	Iniciativa de Turismo Sostenible	Cádiz
Iniciativa Turismo Sostenible Valle del Guadalquivir	Iniciativa de Turismo Sostenible	Córdoba
Municipio Turístico "Almonte"	Municipio Turístico	Huelva
Municipio Turístico "Aracena"	Municipio Turístico	Huelva
Municipio Turístico "Benalmádena"	Municipio Turístico	Málaga
Municipio Turístico "Cazorla"	Municipio Turístico	Jaén
Municipio Turístico "Chiclana de la Frontera"	Municipio Turístico	Cádiz
Municipio Turístico "Chipiona"	Municipio Turístico	Cádiz
Municipio Turístico "Conil de la Frontera"	Municipio Turístico	Cádiz
Municipio Turístico "Fuengirola"	Municipio Turístico	Málaga
Municipio Turístico "Nerja"	Municipio Turístico	Málaga
Municipio Turístico "Ronda"	Municipio Turístico	Málaga

Municipio Turístico "Roquetas de Mar"	Municipio Turístico	Almería
Municipio Turístico "Rota"	Municipio Turístico	Cádiz
Municipio Turístico "Santiponce"	Municipio Turístico	Sevilla
Municipio Turístico "Tarifa"	Municipio Turístico	Cádiz
Municipio Turístico "Torremolinos"	Municipio Turístico	Málaga
Plan Activa Jaén II	Plan de Dinamización del Producto Turístico	Jaén
Plan de Competitividad de la Sierra Norte de Málaga	Plan de Competitividad	Málaga
Plan de Competitividad de zonas de alto potencial turístico para el producto de la “Ruta de los Castillos y las Batallas”	Plan de Competitividad	Jaén
Plan de Dinamización del Producto Turístico Axarquía	Plan de Dinamización del Producto Turístico	Málaga
Plan de Dinamización del Producto Turístico Serranía de Ronda	Plan de Dinamización del Producto Turístico	Málaga
Plan de Dinamización del Producto Turístico Sierra de Cazorla, Segura y las Villas	Plan de Dinamización del Producto Turístico	Jaén
Plan de Recualificación Turística de la Costa del Sol Occidental, Plan Qualifica	Programa de Recualificación de Destinos	Málaga
Plan Turístico Aljarafe Interior	Plan Turístico	Sevilla
Plan Turístico Beturia	Plan Turístico	Huelva
Plan Turístico de Ciudades Medias del Centro de Andalucía	Plan Turístico	Córdoba, Granada, Jaén, Málaga, Sevilla

Plan Turístico de Filabres-Alhamilla	Plan Turístico	Almería
Plan Turístico de Grandes Ciudades de la Ciudad de Granada	Plan Turístico de Grandes Ciudades	Granada
Plan Turístico de Grandes Ciudades de la Ciudad de Jaén	Plan Turístico de Grandes Ciudades	Jaén
Plan Turístico de Grandes Ciudades de la Ciudad de Jerez de la Frontera	Plan Turístico de Grandes Ciudades	Cádiz
Plan Turístico de Grandes Ciudades de la Ciudad de Málaga	Plan Turístico de Grandes Ciudades	Málaga
Plan Turístico de Grandes Ciudades de la Ciudad de Marbella	Plan Turístico de Grandes Ciudades	Málaga
Plan Turístico de Grandes Ciudades de la Ciudad de Sevilla	Plan Turístico de Grandes Ciudades	Sevilla
Plan Turístico de la Alpujarra Almeriense	Plan Turístico	Almería
Plan Turístico de la Campiña Turística	Plan Turístico	Sevilla
Plan Turístico del Museo de las Migraciones	Plan Turístico	Cádiz
Plan Turístico de los Montes Orientales	Plan Turístico	Granada
Plan Turístico de Sierra Morena	Plan Turístico	Córdoba, Huelva, Jaén, Sevilla
Plan Turístico "Naturaleza y Tradición"	Plan Turístico	Cádiz, Sevilla
Plan Turístico Riberas del Guadaira	Plan Turístico	Sevilla
Plan Turístico Ruta del Tempranillo II	Plan Turístico	Córdoba, Sevilla
Plan Turístico Vandelvira y el Renacimiento	Plan Turístico	Jaén

Plan Turístico "Viaje al Tiempo de los Íberos"	Plan Turístico	Jaén
Programa para la Revitalización Turística e Impulso Económico del Parque Natural de las Sierras de Cazorla, Segura y las Villas	Plan Turístico	Jaén

Fuente: Consejería de Turismo y Deporte (Junta de Andalucía)